



Figuur 1: Foto toilet hotel La Réserve



Mirthe Kerfs
Master Interieurarchitectuur

Academiejaar 2023-2024
Universiteit Hasselt
Faculteit Architectuur en kunst

Promotor: Katelijn Quartier
Projectbegeleider: Ilse Van Doorselaere
& Katelijn Quartier



Figuur 2: Foto bar hotel La Butte aux Bois

Ontwerpstrategieën: van de luxe hotelsector naar een retailomgeving

Voorwoord

Voor u ligt de masterthesis “Ontwerpstrategieën: van de luxe hotelsector naar een retailomgeving”. Deze thesis is geschreven als onderdeel van de masteropleiding Interieurarchitectuur met afstudeerrichting retail design. Gedurende de periode van september 2023 tot mei 2024 heb ik intensief gewerkt aan het samenstellen van mijn thesis. Dit proces begon met het selecteren van een onderwerp, gevolgd door uitgebreid literatuuronderzoek en het effectief uitvoeren van kwalitatief onderzoek. Ten slotte heb ik deze bevindingen vertaald naar een passend en samenhangend masterproject.

Graag zou ik nog enkele mensen en bedrijven willen bedanken die hebben bijgedragen aan dit onderzoek. Allereerst wil ik mijn promotor Katelijn Quartier bedanken voor alle steun en feedback die ze heeft gegeven gedurende het hele onderzoeksproces. Haar kritische blik heeft me geholpen om zowel mezelf als deze thesis naar een hoger niveau te tillen en kreeg ik steeds nieuwe inzichten binnen dit onderwerp. Vervolgens wil ik mijn begeleidsters Ilse Van Doorselaere en Katelijn Quartier bedanken, voor hun waardevolle hulp en motivatie tijdens het ontwerpproces.

Verder wil ik Victor Simoni en Chantal Duchateau bedanken voor het interview en hun bereidheid om hun tijd en expertise te delen. Het was een leerrijke ervaring en ik waardeer alle informatie die ik heb mogen ontvangen.

Ook bedank ik graag volgende hotels: La Réserve, La Butte Butte aux Bois en Botanic Sanctuary, voor hun gastvrijheid en tijd en de leerzame rondleidingen die ik heb mogen doen.

Tot slot wil ik mijn vrienden en familie bedanken voor hun voortdurende steun en aanmoediging gedurende de afgelopen maanden. Hun steun heeft mijn zelfvertrouwen vergroot en heeft me aangemoedigd om door te blijven zetten.

Mirthe Kerfs
Helchteren, 27 april 2024

Abstract

Deze thesis onderzoekt de ontwerpstrategieën binnen de luxe hotelsector en hoe we deze kunnen toepassen binnen een retailomgeving.

In het eerste deel van de thesis wordt voornamelijk literatuur over de hotelsector behandeld, met definities en een overzicht van de geschiedenis. Vervolgens wordt een classificatie van verschillende soorten hotels opgesteld, waarbij de focus wordt gelegd op de luxe hotels vanwege de veelzijdigheid en breedte van de hotelsector. Luxehotels worden gedefinieerd en het concept van 'luxe' wordt verder uitgediept. Ook worden classificaties van luxehotels, zoals sterrenclassificaties en online recensiewebsites, besproken. Tot slot worden belangrijke elementen voor luxehotels volgens Toerisme Vlaanderen beknopt behandeld, als voorbereiding op de kern van de thesis.

Het centrale deel van de thesis omvat een combinatie van literatuurstudie, interviews (te vinden in bijlage) en casestudies. Uit deze onderzoeksmethodes zijn er twaalf ontwerpstrategieën gekomen, die beknopt worden toegelicht. Binnen dit onderzoek worden de volgende vijf ontwerpstrategieën (hospitality, ruimtelijke optimalisatie, lokale cultuur en authenticiteit, toegankelijkheid en universeel ontwerp en logistiek) verder onderzocht. De geselecteerde case studies zijn gebaseerd op basis van hun sterclassificatie en dienen als toepassingsvoorbeelden voor de vijf ontwerpstrategieën, waarbij waardevolle inzichten worden geboden voor de hotelsector met toepassing op een retailomgeving.

Het laatste deel van de thesis omvat de vertaling naar het masterproject. Dit begint met een merkanalyse, concept, het pand met locatiekeuze en eindigt met conceptuele grondplannen die een voorproefje geven van het uiteindelijke ontwerp.

Met deze thesis hoop ik u mee te nemen in de boeiende wereld van de luxe hotelsector en zijn ontwerpstrategieën, en hoe retailers hiervan kunnen leren en ermee kunnen omgaan.

Abstract - Engels

This thesis examines design strategies within the luxury hotel industry and how we can apply them within a retail environment.

The first part of the thesis primarily reviews literature on the hotel industry, providing definitions and an overview of its history. A classification of different types of hotels is then established, focusing on luxury hotels because of the versatility of the hotel industry. Luxury hotels are defined and the concept of “luxury” is further explored. Classifications of luxury hotels, such as star ratings and online review websites, are also discussed. Finally, important elements for luxury hotels according to Tourism Flanders are briefly discussed, in preparation for the core of the thesis.

The core of this thesis involves a combination of literature review, interviews (found in appendix) and case studies. From these research methods, twelve design strategies were obtained, which are briefly explained. Within this research, the following five design strategies (hospitality, spatial optimization, local culture and authenticity, accessibility and universal design and logistics) are further explored. The selected case studies are based on their star rating and serve as application examples for the five design strategies, offering valuable insights for the hotel industry with application to a retail environment.

The final part of the thesis includes the translation to the master project. This begins with brand analysis, concept, the property with site selection and ends with conceptual floor plans that give a taste of the final design.

With this thesis, I hope to take you into the fascinating world of the luxury hotel industry and its design strategies, and how retailers can learn from and interact with it.

Inhoudsopgave

Voorwoord	7
Abstract	9
Abstract - Engels.	11
1. Inleiding	14
1.1 Persoonlijke motivatie.	16
1.2 Probleemstelling	17
1.3 Onderzoeksvraag	17
2. Context	18
2.1 Definitie hotels	21
2.2 Geschiedenis hotels	22
2.3 Soorten hotels	26
2.3.1 Classificatie op basis van grootte	26
2.3.2 Classificatie op basis van locatie	26
2.3.3 Classificatie op basis van doelgroep	26
2.3.4 Classificatie op basis van voorzieningen	27
2.3.5 Classificatie op basis van eigendom en exploitatie	27
2.3.6 Classificatie op basis van prijsniveau	27
2.3.7 Classificatie op basis van architectuur en geschiedenis	27
2.4 Luxehotels.	28
2.4.1 Definitie luxehotel	28
2.4.2 Het begrip luxe	29
2.4.3 Classificatie van luxehotels	30
2.5 Belangrijke elementen voor een luxehotel volgens Toerisme Vlaanderen.	32
2.5.1 Bereikbaarheid	32
2.5.2 Hotelkamers	32
2.5.3 Badkamer en toilet.	33
2.6 ontwerpstrategieën binnen de hotelsector	35
2.6.1 Hospitality	39
2.6.1.1 Kenmerken van hospitality.	39
2.6.2 Ruimtelijke optimalisatie	41
2.6.3 Lokale cultuur en authenticiteit	42
2.6.4 Toegankelijkheid en universeel ontwerp	45
2.6.5 Logistiek.	47
3. Case Studies	48
3.1 La Réserve, Knokke	52
3.1.1 Interieur.	53
Lobby	53
Kamers.	54
Andere faciliteiten	55
Bar	55
Restaurant	56
Wijnkelder.	57
Shop	58
Multifunctionele ruimtes	59
Parking	60
Wellness	61
3.1.2 Hospitality	63
3.1.3 Ruimtelijke optimalisatie	65
3.1.4 Lokale cultuur en authenticiteit	67
3.1.5 Toegankelijkheid en universeel ontwerp	69
3.1.6 Logistiek.	71
3.2 Botanic Sanctuary, Antwerpen	76
3.2.1 Interieur.	77
Lobby	77
Kamers	78
Andere faciliteiten	79
Parking	79
Restaurant.	80
Wellness	82
Bar	83
Apotheek	84
Multifunctionele ruimtes	85
3.2.2 Hospitality.	87
3.2.3 Ruimtelijke optimalisatie.	89
3.2.4 Lokale cultuur en authenticiteit	93
3.2.5 Toegankelijkheid en universeel ontwerp	95
3.2.6 Logistiek	97
3.3 La Butte aux Bois, Lanaken.	102
3.3.1 Interieur.	103
Lobby	103
Kamers	104
Andere faciliteiten.	105
Spa	105
Gym	106
Bar.	107
Restaurant.	108
Multifunctionele ruimtes.	110
Shop	111
Het maanlandschap	112
3.3.2 Hospitality	115
3.3.3 Ruimtelijke optimalisatie	117
3.3.4 Lokale cultuur en Authenticiteit.	119
3.3.5 Toegankelijkheid en universeel ontwerp	121
3.3.6 Logistiek	123
3.4 Analyse case studies.	126
3.4.1 Besluit	126
4. Conclusie.	128
5. Masterproject	130
5.1 Merkanalyse.	132
5.2 Concept	140
5.2.2 Concepttekst	140
5.2.2 Conceptboard	141
5.3 Pand en locatie.	142
5.4 Grondplan.	145
6. Reflectie	148
Literatuurlijst	150
Figurenlijst	158
Bijlage	163

01

Inleiding



Figuur 3: Foto Signature Room hotel La Réserve

Persoonlijke motivatie

Als masterstudent Retail Design heb ik altijd een passie gehad voor het begrijpen en vormgeven van ruimtes die mensen aantrekken, betrekken en verrassen. Mijn reis in het ontwerpen heeft me geleid naar de ontdekking van de hotelsector. Deze sector heeft mijn nieuwsgierigheid gewekt en me gemotiveerd om de hotelsector te verkennen als onderwerp voor mijn thesis.

Hoewel Retail Design en de hotelsector vaak als afzonderlijke eenheid worden beschouwd, ben ik ervan overtuigd dat er een krachtige synergie kan bestaan tussen beide. Beiden streven ze naar het creëren van aantrekkelijke, meeslepende omgevingen die de zintuigen prikkelen en een blijvende indruk achterlaten bij bezoekers.

Mijn keuze om de hotelsector te onderzoeken komt voort uit het verlangen om te begrijpen hoe de ontwerpstrategieën van de hotelsector kunnen worden toegepast binnen de retailsector en in hoeverre wij hieruit kunnen leren. De hotelsector heeft een oneindig aantal en soorten hotels. Dit onderzoek legt de focus op luxe hotels, omdat er binnen de luxe hotelsector veel aandacht wordt gevestigd aan het ontwerp van deze hotels. Het ontwerp van een luxe hotel is namelijk een cruciaal aspect voor het aanspreken van de juiste klanten, het behouden van klanttevredenheid en de beleving voor klanten. Deze aspecten zijn ook van belang binnen de retail sector, daarom heb ik ervoor gekozen de focus te leggen op luxe hotels om de meest bruikbare ontwerpstrategieën te kunnen bekomen. Hieruit volgt mijn onderzoeksvraag. Wat zijn de ontwerpstrategieën binnen de luxe hotelsector en hoe kunnen we deze toepassen binnen Retail Design?

Door mijn focus op de luxe hotelsector hoop ik niet alleen mijn kennis en vaardigheden in retail design uit te breiden, maar ook bij te dragen aan de evolutie van deze dynamische sector. Mijn enthousiasme om deze sector te onderzoeken vormt de inspiratie achter mijn keuze voor dit boeiende onderwerp.

Probleemstelling

Retail Design is een jonge en groeiende discipline die nog volop in ontwikkeling is. Er valt nog veel te leren en te ontwikkelen op het gebied van het ontwerpproces. Om deze groei te stimuleren, is het mogelijk om naar het ontwerpproces van andere sectoren te kijken. Een bijzonder interessante sector om te verkennen is de hotelsector.

Ondanks de groeiende erkenning van de impact van innovatieve ontwerpstrategieën binnen de hotelsector, blijft het nog onduidelijk hoe deze strategieën effectief kunnen worden toegepast en aangepast binnen de context van retail design. In hoeverre kunnen de ontwerpstrategieën die de hotelsector kenmerken, succesvol worden overgebracht naar retailomgevingen om de consumentenervaring te verbeteren, de 'brand image' te versterken en de verkoopprestaties en klantenpercepties te optimaliseren? Hoe kunnen we de overgang van hospitality design naar retail design vereenvoudigen en welke aanpassingen zijn nodig om deze overgang succesvol te maken binnen de diverse consumentenbehoeften.

Onderzoeksvraag

Wat zijn de ontwerpstrategieën binnen de luxe hotelsector en hoe kunnen we deze toepassen binnen Retail Design?

02

Context



Figuur 4: Foto lobby Botanic Sanctuary Antwerpen [eigen beeld]



Figuur 5: Foto Waldorf-Astoria, New York

2.1 Definitie hotels

Een hotel is een commerciële onderneming die tijdelijke accommodatie, maaltijden, en vaak andere services aanbiedt aan reizigers en gasten in ruil voor betaling (Ensie, 2016). Het concept van een hotel is gericht op het verstrekken van tijdelijke verblijfsfaciliteiten voor individuen, families of groepen waarbij de gasten comfortabele en veilige accommodatie kunnen vinden tijdens hun reizen of verblijven, vaak ver van hun thuisomgeving (Stainton, 2023). Hotels variëren in grootte, stijl, voorzieningen en tarieven. Daarnaast worden ze geclassificeerd op basis van verschillende criteria, waaronder hun locatie, de aangeboden voorzieningen, het niveau van luxe en de prijscategorie (Ensie, 2016). Naast de primaire functie accommodatie, bieden veel hotels aanvullende diensten zoals restaurants, bars, vergader- en evenementenfaciliteiten, zwembaden, spa's, fitnesscentra, enzovoort, om het verblijf van hun gasten zo aangenaam en comfortabel mogelijk te maken. Hotels zijn een integraal onderdeel van de toeristische en hospitality-industrie en spelen een cruciale rol bij het voldoen aan de accommodatiebehoeften van reizigers over de hele wereld (deze info is geraadpleegd met ChatGPT).

Het woord 'hotel' komt van het latijnse woord 'hospitalis' wat letterlijk 'gastvrij' betekent. Hospitality of gastvrijheid is dan ook zeer belangrijk binnen de hotelsector. Hoe beter de gastvrijheid, hoe beter de beoordeling van een hotel zal zijn (Stainton, 2023).

2.2 Geschiedenis hotels

Jacques Levy-Bonvin (2003) stelt in zijn onderzoek dat hotels al in een ver verleden zijn ontstaan.

De geschiedenis van faciliteiten die gasten gastvrijheid bood, zijn ontstaan, daar waar de beschaving ontstond (Customer Alliance, 2024).

Gastvrije voorzieningen bestaan al sinds vroege bijbelse tijden. De Grieken ontwikkelden thermale baden in dorpen met het doel van rust en herstel. Later bouwden de Romeinen herenhuizen om reizigers op overheidszaken onderdak te bieden. Ze waren ook pioniers in het ontwikkelen van thermale baden in Engeland, Zwitserland en het Midden-Oosten. Karavanserais verschenen later als rustplaatsen langs routes in het Midden-Oosten.

Tijdens de Middeleeuwen waren kloosters en abdijen de eerste plaatsen die reizigers regelmatig onderdak boden. Religieuze gemeenschappen richtten herbergen, gasthuizen en ziekenhuizen op om te voorzien in de behoeften van degenen die onderweg waren (Ehlite & Levy-Bonvin, 2003).

Naarmate de tijd verstreek, vermenigvuldigden herbergen zich in heel Europa. Deze herbergen boden echter nog geen maaltijden aan. Ze dienden als rustplaatsen voor overheidsvervoer en als tussenstops, waar mensen konden schuilen en makkelijk van paarden konden wisselen. Er ontstonden ook veel plekken waar pelgrims en kruisvaarders konden verblijven (Customer Alliance, 2024; Ehlite & Levy Bonvin, 2003).

Het reizen werd steeds gevaarlijker. De wegen waren vaak slecht onderhouden en onveilig, waardoor reizen op zichzelf al gevaarlijk was. Daarnaast waren er risico's verbonden aan ziekten, aangezien er in die tijd nog weinig kennis was over hygiëne en de verspreiding van infectieziekten. Er waren ook gevaren zoals overvallen door rovers en ander crimineel gedrag langs de routes, maar tegelijkertijd verschenen er steeds meer herbergen in Europa (Ehlite & Levy-Bonvin, 2003).

Het artikel van Jacques Levy-Bonvin (2003) beschrijft drie cruciale perioden in de geschiedenis van hotels die een grote invloed hadden op de hotelsector.

De eerste periode markeerde het begin van de hotelindustrie, waarin hotels langzaam ontstonden in Europa. In de vroege vijftiende eeuw werd door Franse wetgeving geëist dat hotels registers bijhielden (Stainton, 2023). Tegelijkertijd werden zo'n 1500 thermale kuuroorden ontwikkeld in Karlsbad en Mariënbad. Er werden meer dan 600 herbergen geregistreerd in Engeland, vaak met architectuur bestaande uit een geplaveide binnenplaats, slaapkamers aan de zijanten, keukens en openbare ruimtes aan de voorkant. Ook verschenen de eerste reisgidsen voor reizigers in Frankrijk. Dit was een tijd waarin de hotelindustrie zich begon te ontwikkelen in Europa, met opvallende borden bij restaurants en de opkomst van regelmatige postkoetsdiensten in Engeland. Bovendien ontstonden clubs in Amerika vergelijkbaar met Engelse herenclubs en vrijmetselaarsloges (Ehlite & Levy-Bonvin, 2003).

Volgens Jacques Levy-Bonvin (2003) namen de hotels de stad over dankzij de industriële revolutie in de 19e eeuw. Reizen was niet langer voorbehouden aan de bevoorrechte bovenklasse. De uitvinding van treinen en auto's, evenals sociale voordelen zoals vakanties en kortere werktijden, maakten het mogelijk voor de gemiddelde persoon om te genieten van reizen (Customer Alliance, 2024). Hotels begonnen overal te bouwen, zowel op het vasteland van Europa als in Engeland en Amerika. Iconische hotels verschenen in stadscentra, vakantieoord floeiden aan de Franse en Italiaanse Riviëra en diverse andere soorten accommodaties, zoals Ryokan-gastenverblijven in Japan en Dak-bungalows in India, voorzagen reizigers van betrouwbare accommodaties. Deze periode bracht ook technologische vooruitgang zoals binnenbadkamers, liften voor bagage en de opkomst van gerenoveerde paleizen als hotels (Ehlite & Levy-Bonvin, 2003).

De twintigste eeuw werd gekenmerkt als een tijdperk van welvaart voor de hotelindustrie (Customer Alliance, 2024). De vroege jaren van de twintigste eeuw zagen een opkomst van nieuwe prestigieuze hotels, gebouwd door bekende architecten zoals Edouard Niermans. Deze hotels, waaronder het Ritz, Négresco en andere in steden als Parijs, Madrid en Barcelona, boden ongeken luxe en waren het toonbeeld van grandeur. De jaren twintig kenden een explosieve groei in de hotelindustrie, met hotels wereldwijd, van Marrakech tot New York. Na de oorlog in de jaren vijftig kende de hotelindustrie opnieuw een bloeiperiode, met innovatieve concepten zoals clubdorpen en casinohotels (Đorđević & Janković, 2015).

In de daaropvolgende decennia zagen we een opkomst van hotels gericht op zakenmensen, met de ontwikkeling van hotels in het Midden-Oosten die bedoeld waren voor zakenreizigers. Hotelketens begonnen een gevarieerder aanbod van diensten te bieden en voerden renovatieprogramma's uit om eersteklas hotels te behouden. De hotelindustrie in de twintigste eeuw was continu in ontwikkeling, met steeds nieuwe innovaties en groeiende wereldwijde expansie (Ehlite & Levy-Bonvin, 2003).

De jaren '90 in de hotelsector werden getekend door uitdagingen, zoals de recessie als gevolg van bezuinigingen in reisbudgetten en de Golfcrisis, met 1991 als een moeilijk jaar. Hotels moesten creatiever worden in het aantrekken van gasten, met nadruk op milieu, energiebesparing en geavanceerde reserveringssystemen (Ehlite & Levy-Bonvin, 2003).

De heropleving van legendarische hotels, zoals het Hotel Adlon Berlin in 1997, symboliseerde wat slimme investeringen en technologie konden bereiken. Internationale hotelketens begonnen in de jaren '90 met wereldwijde renovaties, waarbij technologie een centrale rol begon te spelen bij in- en uitcheckprocedures en reserveringen (Ehlite & Levy-Bonvin, 2003).

De periode markeerde ook fusies en allianties tussen grote hotelketens, gericht op wereldwijde expansie, met groei in Azië, het Midden-Oosten en Latijns-Amerika. Europa investeerde in renovaties van historische panden en bereidde zich voor op de millenniumviering met infrastructuurontwikkeling (Freund & Munsters, 2004).

Nieuwe hotelcomplexen, zoals de Jumeirah Beach Hotels in Dubai, richtten zich op diverse doelgroepen, waaronder luxe accommodaties. De evolutie van technologie in de reisindustrie werd benadrukt met de opkomst van apparaten zoals de "iPad", waardoor reizigers draadloze internettoegang en kantoorfunctionaliteit kregen (Customer Alliance, 2024; Ehlite & Levy-Bonvin, 2003).

HOE HET BEGON

Een geschiedenis van vooruitgang



Figuur 7: Foto Romeins herenhuis

Later bouwden de Romeinen herenhuisen om reizigers op overheidszaken onderdak te bieden. Ze waren ook pioniers in het ontwikkelen van thermale baden in Engeland, Zwitserland en het Midden-Oosten.

Tijdens de Middeleeuwen waren kloosters en abdijen de eerste plaatsen die reizigers regelmatig onderdak boden. Religieuze gemeenschappen richtten herbergen, gasthuizen en ziekenhuizen op om te voorzien in de behoeften van degenen die onderweg waren.



Figuur 9: Foto klooster

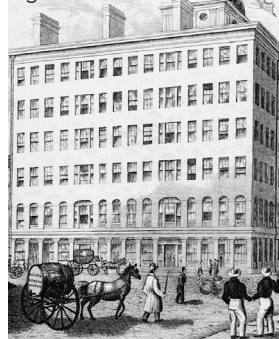


Figuur 11: Foto Mariënbad (eigen beeld)

Tegelijkertijd werden zo'n 1500 thermale kuuroorden ontwikkeld in Karlsbad en Mariënbad.

Deze periode bracht ook technologische vooruitgang, zoals binnenbadkamers, liften voor bagage, en de opkomst van gerenoveerde paleizen als hotels.

Figuur 14: Foto Holt's Hotel



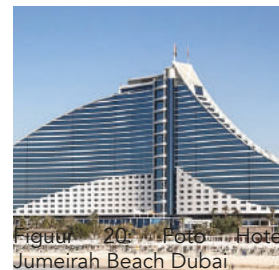
Figuur 16: Foto Downtown Hotel Los Angeles

Indedaaropvolgende decennia zagen we een opkomst van hotels gericht op zakenmensen, met de ontwikkeling van hotels in het Midden-Oosten die bedoeld waren voor zakenreizigers.

Hotelketens begonnen een gevarieerder aanbod van diensten te bieden en voerden renovatieprogramma's uit om eerste-klass hotels te behouden.



Figuur 18: Foto The Langham Londen



Figuur 20: Foto Hotel Jumeirah Beach Dubai

Nieuwe hotelcomplexen richtten zich op diverse doelgroepen, waaronder luxe accommodaties. De evolutie van technologie in de reisindustrie werd benadrukt met de opkomst van apparaten zoals de "iPad", waardoor reizigers draadloze internettoegang en kantoorfunctionaliteit kregen.

BEGIN

1400

1831

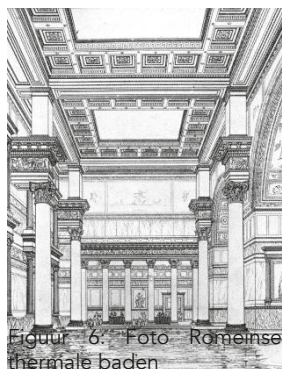
1976

1990

1910

1978

1997



Figuur 6: Foto Romeinse thermale baden

Karavanserais verschenen later als rustplaatsen langs routes in het Midden-Oosten.



Figuur 8: Foto Karavanserais

Gastvrije voorzieningen bestaan al sinds vroege bijbelse tijden. De Grieken ontwikkelden thermale baden in dorpen met het doel van rust en herstel.

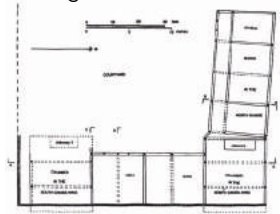


Figuur 10: Foto Herberg Les Trois Rois

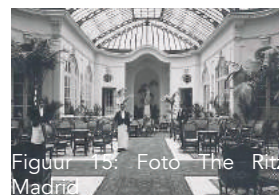
Herbergen vermenigvuldigden zich in Europa, maar die boden nog geen maaltijden aan. Deze dienden als rustplaatsen voor overheidsvervoer en als tussenstops, waar mensen konden schuilen en makkelijk van paarden konden wisselen.

Er werden meer dan 600 herbergen geregistreerd in Engeland, vaak met architectuur bestaande uit een geplaveide binnenplaats, slaapkamers aan de zijkanten, en keukens en openbare ruimtes aan de voorkant.

Figuur 12: Grondplan herberg



Figuur 13: Foto herberg



Figuur 15: Foto The Ritz Madrid

De vroege jaren van de twintigste eeuw zagen een opkomst van nieuwe prestigieuze hotels, gebouwd door bekende architecten zoals Edouard Niermans. Deze hotels, waaronder het Ritz, Négresco en andere in steden als Parijs, Madrid, en Barcelona, boden ongeken-de luxe en waren het toonbeeld van grandeur.

Na de oorlog in de jaren vijftig kende de hotelindustrie opnieuw een bloei-periode, met innovatieve concepten zoals clubdorpen en casinohotels.

Figuur 17: Foto Resorts Hotel



Figuur 19: Foto Hotel Adlon Berlin

De heropleving van legendarische hotels, zoals het Hotel Adlon Berlin in 1997, symboliseerde wat slimme investeringen en technologie konden bereiken.

2.3 Soorten hotels

In de loop van de geschiedenis van de hotelsector zijn diverse typen hotels ontstaan die vaak werden aangepast aan de behoeften van gasten. Hieronder volgt een classificatie van de verschillende typen hotels die wereldwijd bestaan. Deze classificatie is opgesteld met behulp van ChatGPT.

2.3.1 Classificatie op basis van grootte

- Kleinschalige hotels:
B&B
Herbergen
Pension
- Middelgrote hotels:
Onafhankelijke hotels
Boetiekhotels
- Grote hotels
Ketens
Resorts
Conferentiehotels



Figuur 21: Foto badkamer Boetiekhotel Castelsuite, Brugge

2.3.2 Classificatie op basis van locatie

- Stadscentrumhotels
- Hotels in buitenwijken
- Hotels op het platteland
- Hotels aan de kust
- Hotels in toeristische bestemminge



Figuur 22: Foto hotel Britannia, Knokke [eigen beeld]

2.3.3 Classificatie op basis van doelgroep

- Zakenhotels
- Familiehotels
- Hotels voor senioren
- Hotels voor backpackers
- Hotels voor huisdieren



Figuur 23: Foto hotel voor huisdieren

2.3.4 Classificatie op basis van voorzieningen



Figuur 24: Foto Spa - en wellnesshotel, La Butte aux Bois

- Spa - en wellnesshotel
- Golfresorts
- Eco-vriendelijke hotels
- All-inclusive resorts
- Thema - en entertainmenthotels
- Bourgeoisie hotels

2.3.5 Classificatie op basis van eigendom en exploitatie



Figuur 25: Foto hotel Britannia, Knokke Familie Vanhollebeke [eigen beeld]

- Ketens: Hilton, Marriot...
- Onafhankelijke hotels
- Franchisehotels
- Familiebedrijfshotels

2.3.6 Classificatie op basis van prijsniveau



Figuur 26: Foto hotel Botanic Sanctuary, Antwerpen Luxehotel

- Luxehotels
- Middenklassehotels
- Budgethotels

2.3.7 Classificatie op basis van architectuur en geschiedenis



Figuur 27: Foto Kasteel van Ordingen, Historisch hotel [eigen beeld]

- Historische hotels
- Moderne designhotels
- Heritage hotels

2.4 Luxehotels

Aangezien de hotelsector een breed begrip is, zal het onderzoek in deze thesis zich richten op het concept 'luxehotels'. Dit omdat het een waardevolle kans biedt om inzicht te krijgen in een sector die zich richt op het leveren van buitengewone gastenervaringen en het bieden van hoogwaardige diensten en voorzieningen. Binnen Retail Design merken we dat klanten steeds meer veeleisend zijn en meer service verwachten. Luxehotels vertegenwoordigen een belangrijk deel binnen de hospitality en spelen een belangrijke rol bij het aantrekken van veeleisende reizigers. Bovendien biedt het onderzoek van luxehotels waardevolle inzichten die mogelijks van pas komen binnen Retail Design.

2.4.1 Definitie luxehotel

Het is moeilijk een concrete definitie te geven over wat exact een luxe hotel is. Dit omdat het begrip 'luxe' door iedereen anders te interpreteren valt. Elke klant heeft andere eisen of andere noden. Maar om toch een inzicht te bieden in het begrip 'luxe hotel' is er gebruik gemaakt van ChatGPT die de volgende definitie gaf.

"Kort uitgelegd zijn luxe hotels accommodaties die zich onderscheiden door hun buitengewone kwaliteit van service, voorzieningen en faciliteiten, vaak gericht op het bieden van een uitzonderlijke gastervaring aan veeleisende reizigers. Deze hotels bieden doorgaans een combinatie van luxe kenmerken, zoals elegante en ruime kamers, hoogwaardige beddengoed en meubels, uitstekende eetgelegenheden met culinaire hoogstandjes, luxe spa's, fitnesscentra, zwembaden, conciërgediensten en diverse vormen van entertainment. Daarnaast streven luxe hotels ernaar om persoonlijke service op maat te bieden, waarbij de behoeften en voorkeuren van elke gast worden erkend en vervuld. Luxe hotels hebben vaak ook een unieke ambiance en ligging, vaak in prestigieuze locaties met prachtig uitzicht en toegang tot culturele bezienswaardigheden of natuurlijke attracties."

2.4.2 Het begrip luxe

Het is moeilijk om een enkele universele definitie te bieden voor een luxehotel, juist omdat het nog ingewikkelder is om te definiëren wat 'luxe' precies inhoudt.

Luxe-ervaringen hangen nauw samen met de hoop en dromen van ieder individu, die, zoals door sommige wetenschappers op uiterst chique wijze beschreven, verbonden zijn met het streven van individuen naar zelfverwezenlijking en zelfvervulling door een grotere kennis, waardering voor schoonheid, spirituele verfijning, vrede, kunst, cultuur en esthetiek (Michman & Mazze, 2006). Dit maakt 'luxe' een zeer subjectief begrip, aangezien mensen verschillend zijn wat betreft etnische afkomst, culturele achtergrond, opleidingsniveau en persoonlijke ervaring (Becker, 2009). Wat voor de één luxe is, kan voor de ander noodzakelijk zijn, en vice versa. Toch heeft de complexiteit van het begrip onderzoekers niet weerhouden om het te onderzoeken, en velen hebben hun bevindingen over luxe-idealen besproken in gepubliceerde artikelen, elk met een eigen uniek perspectief (Talbot, 2004).

Danziger (2004) heeft luxe onderverdeeld in vier dimensies die een perspectief bieden op luxe-idealen: "luxe als merk", "luxe als kenmerken van luxeproducten", "luxe als niet-noodzakelijkheden" en "luxe als de kracht om je passies na te streven". Het is duidelijk dat luxehotels, als prominente vertegenwoordigers van bepaalde gevestigde luxe merken, vallen onder de categorie "luxe als merk". Hier draait het om individuen die luxeproducten en diensten consumeren omdat ze worden gezien als symbolen van luxe en van de hoogste kwaliteit (Danziger, 2004).

Dezelfde dimensie is van toepassing op de algemene luxe-industrie, waar we verschillende producten hebben waargenomen zoals kleding, sieraden en auto's, en luxe merken zoals Gucci, BVLGARI en Rolls Royce (Becker, 2009). Hieruit concluderen we dus dat Retail Design onder dezelfde luxe-term valt als die van de luxehotels.

"Luxe als kenmerken van luxeproducten" richt zich op de specifieke eigenschappen van het product of de dienst. In ons geval betekent dit zaken zoals het interieur en exterieur van het hotelgebouw, of de kwaliteit en verfijning van de hotelfaciliteiten.

De derde dimensie, "luxe als niet-essentiële zaken", definieert luxe als iets dat verder gaat dan de basisbehoefte. Voor de hotelindustrie zijn accommodatie en voedsel de basisbehoeften, terwijl hotels met vier of vijf sterren die meer dan dat bieden, als luxe worden beschouwd (Becker, 2009).

De laatste dimensie, "luxe als de kracht om je passies na te streven", betreft het aanschaffen van luxeproducten om het leven meer comfortabel te maken, zoals bijvoorbeeld een spa-behandeling. Samengevat zijn alle vier dimensies van luxe van toepassing op luxe hotels en verklaren ze de basis van de behoefte van mensen aan luxe en wat klanten uiteindelijk verwachten van een luxe hotelervaring (Danziger, 2004).

2.4.3 Classificatie van luxehotels

Gasten worden vaak beïnvloed door sterclassificaties. Hoe meer sterren een hotel te bieden heeft, hoe meer en beter de faciliteiten zijn. Zo vertrouwen veeleisende klanten vaak op die sterclassificaties.

Er bestaat geen officiële website, tool of boek waarop alle hotels wereldwijd worden beoordeeld. Maar toch bestaat zowel nationaal als internationaal verschillende websites die hotels beoordelen volgens hun eigen criteria, waardoor gasten toch enige richtlijnen krijgen.

In Amerika zijn de meest bekende websites “AAA Diamond” en “Forbes Travel Guide”. In Europa, waaronder België is dat de “Hotelstar Union”.

In Vlaanderen maakt men gebruik van de hotelclassificatie van de Hotelstars Union (HSU) voor het toekennen van hotelsterren. Deze classificatie wordt door 20 Europese landen gebruikt, waaronder België, Nederland, Duitsland, Luxemburg, Oostenrijk, Zwitserland, Denemarken, Zweden, enzovoort. Door de toetreding van Vlaanderen, Wallonië en Brussel tot de Hotelstars Union kunnen hotels eenvoudig hun kwaliteitsniveau vergelijken met dat van hotels in andere regio's en landen. De classificatie varieert van 1 tot 5 sterren superior. Elk sterrenniveau heeft een 'superior'-classificatie, wat betekent dat deze hotels aanzienlijk meer punten behalen dan vereist voor het aantal sterren dat ze hebben, maar niet voldoen aan de normen van een hoger comfortniveau (Van Dijk, 2023).

Gasten worden niet enkel beïnvloed door sterclassificaties, maar sinds de optrede van online recensiewebsites hebben deze ook een aanzienlijke invloed op de keuze van gasten.

Online recensiewebsites vormen een belangrijk onderdeel van de hedendaagse consumentencultuur en hebben een aanzienlijke invloed op de besluitvorming bij het kiezen van producten en diensten, waaronder luxehotels. Deze platforms, zoals TripAdvisor, Yelp en Booking.com, stellen consumenten in staat om hun ervaringen en meningen over hotels te delen met een wereldwijd publiek.

Juan Pedro (2016) verteld in zijn onderzoek dat online recensiewebsites niet alleen ruimte bieden voor individuele recensies, maar ook voor beoordelingen op basis van sterren, cijfers of scores, waardoor ze snel en gemakkelijk overzicht geven van de kwaliteit van een hotel. Deze recensies en beoordelingen hebben aanzienlijke invloed op het besluitvormingsproces van consumenten, omdat potentiële gasten vaak vertrouwen op de ervaringen van anderen om een weloverwogen keuze te maken (Mellinas & Martin-Fuentes, 2016).

Deze platforms hebben ook een impact op de luxehotelsector zelf. Die moeten actief omgaan met online recensies, omdat deze de reputatie van een luxehotel kunnen vormen en zelfs invloed hebben op boekingsbeslissingen. De luxehotelindustrie heeft hier actief op ingespeeld door aandacht te schenken aan deze recensies, waarbij ze actief reageren op recensies, feedback verzamelen en verbeteringen aanbrengen op basis van de geuite meningen (Martin-Fuentes & Mellinas, 2018).

Hoewel online recensiewebsites een waardevolle bron van informatie zijn voor consumenten, hebben ze ook hun uitdagingen. Neprecensies en beoordelingsmanipulatie kunnen de geloofwaardigheid van deze platforms aantasten, wat soms leidt tot twijfel onder consumenten (Mellinas & Martin-Fuentes, 2016).

Het is dan zeker niet onbelangrijk om te weten dat transparantie binnen beoordelingssystemen van groot belang is om het vertrouwen van consumenten te verzekeren en hen te beschermen tegen misleidende informatie. Het openbaar maken van beoordelingscriteria en -methoden zorgt voor betrouwbare en eerlijke beoordelingen, wat consumenten in staat stelt weloverwogen keuzes te maken bij het selecteren van een hotel. Bovendien bevordert transparantie eerlijke concurrentie tussen hotels en stimuleert het verbetering van de dienstverlening door hotels aan te moedigen feedback van gasten te gebruiken om hun diensten voortdurend te verbeteren (deze informatie is geraadpleegd via ChatGPT).



Figuur 28: Logo HotelStar.EU

2.5 Belangrijke elementen voor een luxehotel volgens Toerisme Vlaanderen

Wat maakt het ontwerp van een onafhankelijk luxehotel zo uniek ten opzichte van andere hotels? Toerisme Vlaanderen stelde een regelgeving op (zie bijlage 3) waarin alle classificatienormen in een tabel gevoegd zijn.

Wanneer het hotel voldoet aan de minimumvereisten zoals beschreven in het betreffende document (zie bijlage 3), biedt het een garantie van kwaliteit. Deze garantie zorgt voor een gelijke basis voor alle spelers in de sector. Als je hotel voldoet aan alle uitbatingsvoorwaarden en dit wordt bevestigd door een van de logiesadviseurs van Toerisme Vlaanderen, ontvang je een officiële erkenning, met of zonder sterrenclassificatie, afhankelijk van jouw keuze. Je krijgt ten minste één ster, en naarmate je meer comfort, faciliteiten en diensten aanbiedt, kun je meer sterren behalen (Van Dijk, 2023).

Hieronder worden kort de belangrijkste uitbatingsvoorwaarden uitgelegd waaraan elk hotel in Vlaanderen minimaal moet voldoen.

2.5.1 Bereikbaarheid

Het is belangrijk dat het team altijd beschikbaar is voor de gasten die in het hotel verblijven. Dit betekent dat het hotel een website heeft die nauwkeurige informatie en echte foto's biedt, zodat gasten een goed beeld krijgen van wat ze kunnen verwachten. Bij aankomst vinden gasten een duidelijk herkenbare receptieruimte of balie met voldoende privacy om hun check-in soepel te laten verlopen. Je zorgt ervoor dat de receptieservice continu beschikbaar is, zowel telefonisch als via digitale communicatiekanalen, zodat gasten altijd gemakkelijk hulp kunnen krijgen wanneer dat nodig is (Van Dijk, 2023).

Als uitbater is het belangrijk permanent aanspreekbaar te zijn voor je gasten, klaar om eventuele vragen te beantwoorden en problemen op te lossen. Dit persoonlijke contact draagt bij aan een gastvrije sfeer en versterkt de band tussen het personeel en de gasten. Bovendien is het ook belangrijk dat de gasten de hotelmedewerkers steeds herkennen, bijvoorbeeld aan hun uniform of badge, wat bijdraagt aan een gevoel van vertrouwen en veiligheid tijdens hun verblijf. Met deze aandacht voor service en bereikbaarheid creëer je een gastvrije omgeving waarin gasten zich welkom voelen en graag terugkomen (Van Dijk, 2023).

2.5.2 Hotelkamers

Gasten van het hotel hebben continu toegang tot hun hotelkamer, die voorzien is van essentiële faciliteiten om hun verblijf zo comfortabel mogelijk te maken. Deze faciliteiten omvatten een aparte en afsluitbare ingang voor privacy en veiligheid. In de kamer vinden gasten een bed voor elke aangeboden slaapplek, samen met zowel natuurlijke als elektrische verlichting om aan verschillende behoeften te voldoen. Om een goede nachtrust te garanderen, zijn er verduisterende voorzieningen zoals overgordijnen beschikbaar (Van Dijk, 2023).

Daarnaast is er verwarming aanwezig om het verblijf aangenaam te maken, ongeacht het seizoen. Voor vermaak en ontspanning is er een televisie met afstandsbediening of een alternatieve voorziening waarmee gasten kunnen streamen vanaf hun eigen apparaat. Voor het gemak van gasten is er ook een klerkast met voldoende klerhangers, een tafel en stoel beschikbaar in de kamer. Bovendien zijn er voldoende stopcontacten aanwezig om elektronische apparaten op te laden en te gebruiken tijdens het verblijf. Met deze basisvoorzieningen zorgt je hotel voor een comfortabel en aangenaam verblijf voor al je gasten (Van Dijk, 2023).

2.5.3 Badkamer en toilet

Minstens 85% van de hotelkamers biedt een eigen badkamer en toiletvoorzieningen. De badkamer is uitgerust met een bad of douche met zowel koud als warm water, een wastafel met spiegel en ook koud en warm water, zeep, een vrij stopcontact en een badhanddoek per gast. Bovendien is er een raam, rooster of luchtverversingssysteem aanwezig, samen met een vuilnisbakje voor gebruiksgemak (Van Dijk, 2023).

Voor de toiletvoorzieningen gelden vergelijkbare normen, inclusief een toilet met toiletpapier, een raam, rooster of luchtverversingssysteem en minstens een visuele afscheiding van de slaapruiimte (Van Dijk, 2023).

Indien er hotelkamers zijn zonder eigen badkamer en toilet, is het verplicht dit vooraf aan de gasten te communiceren voordat ze een verblijfsovereenkomst ondertekenen. In dergelijke gevallen is het verplicht minstens één gedeelde badkamer te bezorgen en een wc per 10 hotelkamers zonder eigen voorzieningen. Deze gedeelde faciliteiten dienen te voldoen aan dezelfde kwaliteitsstandaarden als de privébadkamers (Van Dijk, 2023).



Figuur 29: Logo Toerisme Vlaanderen



Figuur 30: Foto Spa Suite Botanic Sanctaury, Antwerpen

2.6 ontwerpstrategieën binnen de hotelsector

Om mijn onderzoeksvraag "Wat zijn de ontwerpstrategieën binnen de luxe hotelsector en hoe kunnen we deze toepassen binnen Retail Design?" te beantwoorden, heb ik in verschillende stappen onderzoek gedaan. Eerst heb ik door middel van een literatuuronderzoek gekeken naar de huidige ontwerpstrategieën in de hotelsector. Dit leidde tot een lijst die beknopt toegelicht werd en dan vervolgens kritisch bekeken werd om de richtlijnen te identificeren die het meest relevant zijn voor de focus van dit onderzoek: hoe we deze ontwerpstrategieën kunnen toepassen binnen Retail Design. In dit proces identificeerde ik vijf richtlijnen, waarvan de keuze voor deze vijf verder in de thesis wordt gemotiveerd. Vervolgens besloot ik nader onderzoek te doen door middel van interviews, verdere literatuurstudie en case studies om te zien hoe ze in de toekomst zouden kunnen worden toegepast op de retail designsector.

1. Gastvrijheid en klantenservice

Hotels leggen sterk de nadruk op gastvrijheid en klantenservice. Door het comfort, gemak en algehele ervaring van de gasten prioriteit te geven, wordt het ontwerpproces geleid, waarbij ervoor wordt gezorgd dat hun behoeften naadloos worden vervuld (Martinez, 2023).

2. Beleving en emotie

Hotels streven ernaar een emotionele band met hun gasten te creëren door middel van doordacht design. Dit omvat het gebruik van kleuren, texturen, verlichting en artistieke elementen die de zintuigen prikkelen en een onvergetelijke ervaring bieden. Allereerst is het van cruciaal belang om een harmonieus ontwerp te bereiken dat in lijn ligt met de gewenste sfeer en merkidentiteit*, terwijl praktische bruikbaarheid en gebruiksgemak worden gewaarborgd. Gedetailleerde planning is hierbij essentieel, waarbij elk element van meubels en armaturen tot verlichting en materialen nauwkeurig wordt overwogen om een visueel aantrekkelijke en operationeel effectieve ruimte te creëren. Zorgvuldige materiaalselectie is van groot belang, waarbij de keuze valt op duurzame, onderhoudsarme materialen om zowel de esthetische aantrekkingskracht te verhogen als de duurzaamheid te waarborgen voor de dagelijkse operaties. Ten slotte is het handhaven van ontwerpeenheid van vitaal belang. Consistentie in het ontwerpthema doorheen heel het hotel zorgt ervoor dat alle elementen, van meubels tot armaturen, bijdragen aan de algehele esthetiek en gastervaring op een samenhangende wijze (Martinez, 2023).

* Verwijst naar de unieke kenmerken, waarden en beleving die een hotel definiëren en onderscheiden van andere hotels. Het omvat aspecten zoals visuele uitstraling, servicekwaliteit, doelgroep en de belofte van gastvrijheid en kwaliteit aan gasten (Lacalle, 2024).

3. Storytelling

Hotels hebben vaak een verhaal of thema dat hun merkidentiteit versterkt. Het gebruik van designelementen zal het verhaal van het merk vertellen en een verhaal creëren dat gasten aanspreekt. Dit kan zijn door middel van thematische elementen, culturele verwijzingen of historische betekenis (Ryu et al., 2018).

4. Unieke ervaringen

Het is van belang een hotel een uniek ontwerp te geven met opvallende kenmerken of voorzieningen die aansluiten bij de waarden en het aanbod van het merk. Architectonische elementen, innovatieve technologie of bijzondere ervaringen voor gasten kunnen het hotel onderscheiden van de concurrentie (Martinez, 2023).

5. Technologische-integratie

Moderne hotels integreren geavanceerde technologieën zoals slimme verlichting, domotica, en online diensten voor een naadloze gastervaring (Martinez, 2023). Ook verwijst technologische integratie binnen de hotelsector naar het gebruik en de implementatie van verschillende technologische oplossingen en systemen om diverse aspecten van de hoteloperaties te verbeteren en te stroomlijnen. Dit kan onder meer het gebruik van digitale self-service kiosken voor in- en uitchecken omvatten, het gebruik van mobiele apps voor kamerreserveringen en communicatie met gasten, het gebruik van big data analytics om klantvoorkeuren te begrijpen en gepersonaliseerde diensten aan te bieden, het gebruik van geautomatiseerde systemen voor kamerreiniging, en het gebruik van online platforms voor marketing en klantbetrokkenheid. Over het algemeen beoogt technologische integratie binnen de hotelsector de efficiëntie te verhogen, de klantervaring te verbeteren, operationele processen te stroomlijnen en de concurrentiepositie van het hotel te versterken (Iranmanesh et al., 2022).

6. Merchandising en presentatie

Hotels besteden aandacht aan de presentatie van hun voorzieningen en diensten. Ze integreren vaak de kleuren, het logo en de visuele elementen van het merk in het ontwerp van het hotel om een samenhangende en herkenbare merkaanwezigheid te creëren (Martinez, 2023).

7. Duurzaamheid en milieuvriendelijkheid

Hotels leggen steeds meer de nadruk op duurzaamheid en maken gebruik van milieuvriendelijke ontwerp- en bouwmaterialen, evenals energie-efficiënte systemen en praktijken die bijdragen aan een groenere omgeving (Hong, 2015). Het minimaliseren van energieverbruik is van cruciaal belang, en daarom worden energiezuinige systemen zoals LED-verlichting, slimme thermostaten en aanwezigheidssensoren geïmplementeerd om het energieverbruik te verminderen. Daarnaast wordt waterbesparing nagestreefd door middel van waterbesparende armaturen en systemen, zoals waterbesparende toiletten en kranen met sensoren, om het waterverbruik te minimaliseren zonder in te leveren op het comfort van gasten (Martinez, 2023). Ook bij de materiaalkeuze wordt rekening gehouden met duurzaamheid door te kiezen voor milieuvriendelijke en duurzame materialen, zoals gerecyclede of lokaal geproduceerde materialen, om de milieu-impact van zowel de bouw als de doorlopende activiteiten van het hotel te verminderen (Hong, 2015).

Gasten kunnen eveneens een significante bijdrage leveren aan duurzaamheidsinitiatieven door bijvoorbeeld het beperken van de vervanging van handdoeken tijdens hun verblijf. Het laten hangen van schone handdoeken in plaats van ze te laten vervangen door de housekeeping is een effectieve strategie om de hoeveelheid vervuild textiel te verminderen. Dit fenomeen gebeurt momenteel nog te weinig binnen de luxe hotelsector. Door dit gedrag te incorporeren wordt niet alleen de ecologische voetafdruk van het verblijf verminderd, maar worden ook de kosten en energie die gepaard gaan met het wassen en vervangen van handdoeken aanzienlijk verminderd (Lee, 2024).

8. Ruimtelijke optimalisatie

Het hotelontwerp richt zich op het efficiënt gebruik van beschikbare ruimte door middel van functionele en flexibele indelingen. Het doel is om comfortabele en goed benutte ruimtes te creëren, zelfs in beperkte omgevingen. Door multifunctionele gebieden te integreren en strategisch ruimte toe te wijzen voor verschillende functies, kan aan diverse behoeften worden voldaan. Het ontwerp van gastenkamers en suites streeft naar een balans tussen comfort en efficiënt gebruik van beschikbare ruimte, terwijl slimme opbergoplossingen zorgen voor een georganiseerde ruimte voor gasten. Tot slot is het plannen van duidelijke verkeersstromen door het hele hotel van essentieel belang voor gemakkelijke navigatie voor zowel gasten als personeel (Martinez, 2023).

9. Lokale cultuur en authenticiteit

Hotels proberen vaak de lokale cultuur te weerspiegelen in hun ontwerp. Door lokale kunst, architectuur of traditionele elementen te integreren, creëren ze een unieke en authentieke sfeer (Martinez, 2023).

10. Toegankelijkheid en universeel ontwerp

Het is van essentieel belang om ten alle tijden te zorgen voor toegankelijkheid in het hele pand, waarbij toegankelijke faciliteiten zoals rolstoeltoegankelijke hellingen, liften en speciaal toegewezen kamers worden voorzien. Deze voorzieningen worden geïmplementeerd om gasten met beperkingen gemakkelijk toegang te bieden (Adam, 2019). Daarnaast is het ook van belang om zorgvuldig te letten op de plaatsing van voorzieningen en armaturen, zodat ze voor alle gasten gemakkelijk te bereiken en te gebruiken zijn (Martinez, 2023).

11. Logistiek

Logistiek binnen een luxe hotel omvat alle processen en activiteiten die betrokken zijn bij het beheer van goederen, diensten en informatiestromen om te zorgen voor een soepele werking en een uitstekende gastervaring. Dit omvat onder meer het beheer van voorraad en leveringen, het coördineren van personeel, het plannen van evenementen en activiteiten, het onderhoud van faciliteiten en het waarborgen van efficiënte communicatie tussen verschillende afdelingen. Het doel van logistiek in een luxe hotel is om de gasttevredenheid te maximaliseren door te zorgen voor een naadloze en hoogwaardige service, waarbij elk detail met zorg wordt behandeld om aan de verwachtingen van de gasten te voldoen of deze zelfs te overtreffen (Beeke & Ploos Van Amstel, 2013; Odoom, 2012; Muwowo, 2016).

A photograph of a hotel suite interior. In the foreground, a white bedsheet is visible. In the background, there are dark blue and brown curtains. A light beige rectangular box is overlaid on the image, containing text.

Deze thesis legt de focus op ‘hospitality’, ‘ruimtelijke optimalisatie’, ‘lokale cultuur en authenticiteit’, ‘toegankelijkheid en universeel ontwerp’ en ‘logistiek’ als ontwerpstrategieën binnen de hotelsector. Natuurlijk bestaan er veel meer strategieën die interessant zijn voor verder onderzoek. Maar door te focussen op deze vijf ontwerpstrategieën, kunnen we de waardevolle inzichten opdoen die relevant zijn voor de retail designsector.

De luxe hotelsector biedt waardevolle inzichten voor retail omgevingen op verschillende gebieden. Het onderzoek naar hospitality benadrukt het belang van een gastgerichte aanpak, wat kan leiden tot een gastvrije sfeer en uitstekende service in winkels. De ruimtelijke optimalisatie in hotels kan helpen bij het verbeteren van winkelindelingen en het maximaliseren van functionaliteit. Het integreren van lokale cultuur en authenticiteit creëert unieke winkelervaringen die klanten en een emotionele band met het merk opbouwen. Daarnaast vertelde Chantal Duchateau in een interview (zie bijlage 2) dat toegankelijkheid binnen de hotelsector van cruciaal belang is. Zo vertelde ze ook dat toegankelijkheid strenger wordt toegepast binnen de luxe hotelsector dan binnen een retailomgeving. Dit verdere onderzoek kan positieve antwoorden tweeweg brengen. Logistieke inzichten uit de hotelsector kunnen helpen bij het optimaliseren van operationele processen in de retail, zoals voorraadbeheer.

Figuur 31: Foto Suite La Forêt, La Butte aux Bois

2.6.1 Hospitality

Als we kijken naar luxehotels, dan zien we vaak de term ‘hospitality’ terugkomen.

Hospitality is geen fundamentele waarde of iets concreets, maar eerder een beleving. Zoals eerder vermeld is hospitality weliswaar een synoniem van gastvrijheid. In de praktijk is het veel meer dan een warm onthaal en goede service. Het strekt zich uit tot de beleving van elk moment dat zowel jouw gasten als medewerkers ervaren binnen jouw organisatie. Vanaf het allereerste contact tot het allerlaatste afscheid, en zelfs daarna (De Betekenis van Hospitality Niet Langer een Geheim., z.d.).

Het ‘hospitality hosting’ gedrag van gastheren wordt gezien als één van de cruciale verbeterende diensten, vooral voor hospitality aanbieders zoals hotels, waar er veel interactie is tussen gasten en dienstverleners. Wat vandaag de dag daadwerkelijk concurrentiële hotels onderscheidt, heeft het te maken met hun vermogen om verbeterende diensten aan te bieden die waarde toevoegen aan hun kernservicevoorzieningen (Ariffin & Maghzi, 2012). Een hoog niveau van gastvrijheid creëert sterkere emotionele banden tussen gasten en het hotel, wat moeilijk te evenaren is door concurrenten. Gastvrijheid, als belangrijke verbeterende dienst, wordt verwacht het algehele tevredenheidsniveau van alle hotels aanzienlijk te verhogen, ongeacht hun sterrenclassificatie. Hospitality is dat wat een luxehotel luxe maakt. Het belang van de klant staat centraal, de noden van de klant zullen beantwoordt zijn vooraleer de klant beseft die nood te hebben (Luna-Cortés et al., 2022).

2.6.1.1 Kenmerken van hospitality

Binnen de hotelsector zijn er verschillende belangrijke kenmerken van gastvrijheid die bijdragen aan een positieve ervaring voor gasten. George Maas (2013) maakte in zijn boek ‘Facility management: over organiseren en maatwerk binnen een veranderende context’ een korte samenvatting over de kenmerken binnen hospitality.

Een van deze essentiële aspecten is de nadruk op ‘persoonlijke service’. Hotels streven naar een warme en individuele benadering door gasten te verwelkomen met vriendelijkheid, zorg en speciale aandacht voor hun specifieke behoeften. Deze persoonlijke touch draagt bij aan een gevoel van welkom en gewaardeerd zijn, waardoor gasten zich meer op hun gemak voelen tijdens hun verblijf (Maas, 2013).

De kwaliteit van dienstverlening speelt ook een cruciale rol in de algehele tevredenheid van gasten. Dit omvat verschillende aspecten, van het naadloos inchecken tot het verzorgen van voorzieningen, schoonmaakdiensten en het bieden van hoogwaardige catering. De consistente levering van deze diensten op een hoog niveau draagt bij aan een positieve gastervaring (Maas, 2013).

Een ander belangrijk fundament van gastvrijheid is klantgerichtheid. Het vermogen om vooruit te kijken en te anticiperen op de behoeften van gasten, zelfs voordat ze die uitdrukkelijk uiten, getuigt van proactieve gastvrijheid. Dit vermogen om oplossingen te bieden voordat gasten erom vragen, draagt bij aan het comfort en de tevredenheid van de gasten (Maas, 2013).

Veiligheid en comfort zijn van onschatbare waarde tijdens het verblijf van gasten. Het waarborgen van een veilige en comfortabele omgeving draagt bij aan de algehele positieve ervaring. Gasten voelen zich meer op hun gemak en kunnen volledig genieten van hun verblijf als ze zich veilig en comfortabel voelen (Maas, 2013).

Bovendien speelt communicatie en beschikbaarheid van het personeel een sleutelrol. Het personeel dat beschikbaar is om vragen te beantwoorden, ondersteuning te bieden en duidelijk te communiceren over de beschikbare voorzieningen en services versterkt de gastervaring aanzienlijk. Deze open communicatie bevordert het gevoel van gemak en vertrouwen bij de gasten tijdens hun verblijf (Maas, 2013).



Figuur 32: Foto Eventroom 'Larix' Botanic Sanctuary [eigen beeld]

2.6.2 Ruimtelijke optimalisatie

Ruimtelijke optimalisatie binnen de hotelsector is een essentieel aspect van het ontwerpproces, waarbij het doel is om de beschikbare ruimte op een efficiënte en effectieve manier te benutten om een comfortabele en functionele omgeving voor gasten te creëren. Dit omvat verschillende aspecten van het hotelontwerp, waaronder de indeling van de lobby, gastenkamers, gemeenschappelijke ruimtes en voorzieningen, evenals het gebruik van natuurlijk licht en slimme opbergoplossingen (Martinez, 2023).

Een van de belangrijkste overwegingen bij ruimtelijke optimalisatie is het creëren van een open layout die gasten in staat stelt om gemakkelijk van het ene gebied naar het andere te bewegen. Door een open en uitnodigende lobby te ontwerpen, worden gasten aangemoedigd om de ruimte te verkennen en zich welkom te voelen. Het vermijden van overbodige meubels of decoraties die de verkeersstroom kunnen belemmeren, is hierbij van cruciaal belang. Een doordacht grondplan zorgt ervoor dat de ruimte functioneel en gemakkelijk toegankelijk is voor alle gasten (Y. Martinez, 2024).

Het strategisch plaatsen van sleutelvoorzieningen zoals receptiedesks, liften en eetgedeeltes draagt bij aan de algehele gastervaring. Gasten moeten het hotel kunnen navigeren zonder zich verloren of verward te voelen. Een goed ontworpen en intuïtieve lobby is daarom essentieel voor het creëren van positieve eerste indrukken (Y. Martinez, 2024).

Natuurlijk licht speelt ook een belangrijke rol bij ruimtelijke optimalisatie in hotels. Door het integreren van grote ramen en dakramen wordt natuurlijk licht in de ruimtes binnengelaten, waardoor de ruimtes ruimer lijken en een uitnodigende sfeer wordt gecreëerd. Dit draagt bij aan een positieve gastervaring en verbetert de algehele esthetiek van het hotel (Y. Martinez, 2024).

Bij het ontwerpen van gastenkamers en suites is het vinden van een balans tussen comfort en efficiënt ruimtegebruik van groot belang. Designers streven naar functionele indelingen die comfortabele en goed benutte ruimtes bieden, zelfs in beperkte omgevingen. Het integreren van multifunctionele gebieden die zich kunnen aanpassen aan diverse behoeften, draagt bij aan de veelzijdigheid van de locatie en vergroot de functionaliteit van de ruimtes (Martinez, 2023).

Daarnaast vereist effectieve ruimteplanning een strategische toewijzing van ruimte voor diverse functies, waarbij elke ruimte efficiënt wordt gebruikt om aan de behoeften van gasten te voldoen. Slimme opbergoplossingen worden toegepast om de beschikbare ruimte optimaal te benutten en een georganiseerde omgeving voor gasten te creëren (Martinez, 2023).

Al bij al draagt ruimtelijke optimalisatie bij aan een geoptimaliseerde ruimtelijke ervaring voor gasten, wat resulteert in een aangenaam verblijf en een positieve indruk van het hotel (Y. Martinez, 2024). Door te focussen op het maximaliseren van de stroom van ruimte in het ontwerp, kunnen hotels de algehele gastervaring verbeteren en een luxe maar functionele omgeving creëren waar bezoekers van kunnen genieten (Martinez, 2023).



2.6.3 Lokale cultuur en authenticiteit

Hotels proberen vaak de lokale cultuur te weerspiegelen in hun ontwerp. Door lokale kunst, architectuur of traditionele elementen te integreren, creëren ze een unieke en authentieke sfeer (Martinez, 2023).

In een artikel van Forbes, door Dorgelo (2024) wordt er verteld dat gasten steeds meer lokaliteit willen binnen luxe hotels. Gasten verlangen naar hotels die nauw verbonden zijn met de bestemming. Wanneer we kijken naar de luxe hotels binnen België zien we dat er meerdere luxe hotels gevestigd zijn in authentieke panden, historische gebouwen, voormalige kloosters, kastelen en herenhuizen (Dorgelo, 2024). Gasten geven de voorkeur aan accommodaties die een sterke band hebben met de lokale omgeving, in plaats van grote internationale ketens. Zo waarderen ze bijvoorbeeld hotels die samenwerken met lokale leveranciers en producenten om de authenticiteit van de keuren te waarborgen. Ook vinden gasten het belangrijk dat het hotel ruimtes heeft waar lokale kunst en ambachten tentoongesteld worden, en dat het personeel afkomstig is uit de lokale gemeenschap. Zonder diepe verankeringen in de lokale cultuur zou reizen weinig betekenis hebben (Dorgelo, 2024).

Tijdens een interview met architect Vittorio Simoni (zie bijlage 1), beter bekend als Victor Simoni, vertelde hij over 'situatie architectuur' en hoe belangrijk hij dit vindt bij zowel het ontwerpen als het inrichten van hotels. In zijn boek 'Situational Architecture' toont hij aan dat elke situatie een eigen architecturale oplossing vereist (Simoni et al., 2008).

"Situatie architectuur" is een concept dat een nieuwe benadering van architectuur voorstelt die nauw verbonden is met de context en omgeving waarin een gebouw zich bevindt. Simoni stelt dat architectuur meer is dan alleen het ontwerpen van gebouwen; het gaat ook om het begrijpen en reageren op de omgeving waarin deze gebouwen worden geplaatst (Simoni et al., 2008).

Het concept van situatie architectuur draait om het idee dat een gebouw niet geïsoleerd moet worden gezien, maar eerder als onderdeel van een grotere contextuele situatie. Dit betekent dat architecten niet alleen rekening moeten houden met de fysieke omgeving, zoals het landschap en de stedelijke structuur, maar ook met de sociale, culturele en historische context (Simoni et al., 2008).

In het interview (zie bijlage 1) stelt hij ook dat één van de belangrijkste aspecten van situatie architectuur het idee is van responsiviteit. Dit houdt in dat een gebouw moet reageren op de specifieke kenmerken van de locatie, zoals het klimaat, de topografie en de lokale bouwtradities. Door rekening te houden met deze factoren kan een gebouw beter geïntegreerd worden in zijn omgeving en kan het een meer harmonieuze relatie aangaan met de natuurlijke en gebouwde omgeving. Zo gaf hij in het interview (zie bijlage 1) als voorbeeld: "Een Oostenrijks Tiroler hotel past nu niet meteen in de sfeer van een hotel in Lombok." Dit is een heel simpel voorbeeld van hoe rekening te houden met de situatie, lokale cultuur en authenticiteit.

Een ander aspect van situatie architectuur is duurzaamheid. Door gebruik te maken van lokale materialen en bouwtechnieken kunnen architecten gebouwen creëren die beter passen bij de omgeving en die minder impact hebben op het milieu. Daarnaast kan het ontwerpen van gebouwen met aandacht voor energie-efficiëntie en natuurlijke ventilatie helpen om de ecologische voetafdruk van een gebouw te verminderen (Simoni et al., 2008).

Situatie architectuur gaat ook over het creëren van ruimtes die zijn afgestemd op de behoeften en gebruiken van de mensen die ze zullen gebruiken. Dit betekent dat architecten moeten luisteren naar de wensen van de gemeenschap en rekening moeten houden met de manier waarop mensen zullen interageren met een gebouw en de ruimtes eromheen. Door een gebouw te ontwerpen dat aansluit bij de behoeften en gebruiken van de mensen die het zullen gebruiken, kan de architectuur een positieve bijdrage leveren aan het dagelijks leven van mensen en aan de kwaliteit van de gemeenschap als geheel (Simoni et al., 2008).

Het concept van situatie architectuur heeft geleid tot een nieuwe benadering van het ontwerpproces, waarbij architecten nauw samenwerken met andere disciplines, zoals stedenbouw, landschapsarchitectuur en sociologie, om tot een gebouw te komen dat zowel esthetisch als functioneel is, en dat past bij de specifieke context waarin het wordt geplaatst (Simoni et al., 2008).

Al bij al vertegenwoordigt situatie architectuur een verschuiving van een puur esthetische benadering van architectuur naar een meer holistische benadering, waarbij rekening wordt gehouden met de bredere context waarin gebouwen worden geplaatst. Door deze benadering kunnen architecten gebouwen creëren die niet alleen mooi zijn om naar te kijken, maar die ook een positieve impact hebben op de mensen die ze gebruiken en op de omgeving waarin ze zich bevinden.

Figuur 33: Foto Tuin Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 34: Foto Trappenhal hotel La Réserve [eigen beeld]

2.6.4 Toegankelijkheid en universeel ontwerp

Fysieke toegankelijkheid speelt een cruciale rol in het ontwerpen van openbare ruimtes, vooral in de hotelsector, waar het doel is om een gastvrije omgeving te creëren voor alle gasten, ongeacht hun mobiliteit of andere toegangsbehoeften (Imrie, 2012). Dit concept houdt in dat de fysieke omgeving zo ontworpen moet zijn dat deze voor iedereen eenvoudig te navigeren is, een fundamenteel principe dat al lang wordt bepleit door diverse bewegingen voor mensen met een beperking. De inspanningen van hotels op het gebied van toegankelijk toerisme worden als ontoereikend beschouwd als er geen rekening wordt gehouden met fysieke toegankelijkheid, ondanks het naleven van andere toegankelijkheidsdimensies (Tütüncü, 2017).

Essentiële elementen van fysieke toegankelijkheid omvatten onder meer toegankelijke parkeergelegenheden, duidelijke bewegwijzering, tactiele markeringen voor visueel beperkten, een toegankelijke ingang, balies op een geschikte hoogte voor rolstoelgebruikers, ruime lobby's zonder belemmeringen, en goed uitgeruste toiletten en badkamers met steunrails. Deze faciliteiten zijn niet alleen een teken van inclusiviteit maar verzekeren ook dat alle gasten, ongeacht hun fysieke beperkingen, van een comfortabel en waardig verblijf kunnen genieten (Tütüncü, 2017; Darcy, 2017).

Verder is de implementatie van speciaal ontworpen en ingerichte kamers een belangrijk aspect van fysieke toegankelijkheid in hotels. Deze kamers zijn aangepast om tegemoet te komen aan de unieke behoeften van mensen met diverse soorten beperkingen, van mobiliteitsproblemen tot zintuiglijke beperkingen (Darcy, 2017). Volgens het beleid van de Wereldorganisatie voor Toerisme (UNWTO) gericht op "Toegankelijk Toerisme voor Iedereen", is het vereist dat hotels voor elke twintig kamers minstens één dergelijke kamer reserveren. Deze toegankelijke kamers zijn een stap naar gelijkheid, waardoor iedereen, ongeacht hun fysieke conditie, van reizen en toerisme kan genieten (Tütüncü & Lieberman, 2016).

Om de toegankelijkheid verder te verbeteren, dienen hotels tevens te voorzien in braille- en audio-aanwijzingen voor blinden en doven, liften die zijn uitgerust met steungrepen en bedieningsknoppen op een geschikte hoogte, en vloerbedekkingen die uitglijden voorkomen. Deze aanpassingen zorgen ervoor dat mensen met een visuele of auditieve beperking zich veilig en zelfstandig door het hotel kunnen bewegen (Adam, 2019).

Het belang van toegankelijkheid strekt zich verder uit tot de zorgvuldige plaatsing van voorzieningen en armaturen, waardoor ze voor alle gasten gemakkelijk te bereiken en te gebruiken zijn. Het gaat hierbij niet alleen om de naleving van wettelijke vereisten maar ook om het bieden van een inclusieve ervaring die alle gasten verwelkomt en waardeert. Hotels die deze principes omarmen, dragen bij aan een cultuur van inclusiviteit en gelijkheid, essentieel voor de vooruitgang van toegankelijk toerisme (Martinez, 2023).

Ook is diversiteit een belangrijk begrip binnen de luxe hotelsector op gebied van toegankelijkheid en een universeel ontwerp. Het verwijst naar de inspanningen die luxe hotels leveren om hun faciliteiten en diensten toegankelijk te maken voor een breed scala aan gasten, ongeacht hun fysieke capaciteiten, leeftijd, culturele achtergrond of andere kenmerken (Lacalle, 2023).

Dit omvat onder meer het implementeren van een gastvrije omgeving waarin alle gasten zich welkom en op hun gemak voelen, ongeacht hun achtergrond. Dit kan worden bereikt door het aanbieden van meertalige communicatie, cultureel gevoelige diensten en activiteiten, en het trainen van het personeel in het omgaan met diversiteit en inclusie (Lacalle, 2023).

Door rekening te houden met deze aspecten van fysieke toegankelijkheid, zetten hotels stappen naar een meer inclusieve sector waar iedereen, ongeacht fysieke beperkingen, van een veilig, comfortabel en plezierig verblijf kan genieten. Deze benadering weerspiegelt een diepgaand begrip van diversiteit onder gasten en onderstreept het belang van het creëren van een gastvrije omgeving voor iedereen.



Figuur 35: Foto Lockers Logistieke ruimtes [eigen beeld]

2.6.5 Logistiek

De logistiek binnen luxe hotels is vaak complexer dan die van standaard hotels, vooral met betrekking tot het leveren van verse producten. Luxehotels maken vaak gebruik van kleine leveringen op verschillende tijdstippen van de dag, voornamelijk vanwege de aanwezigheid van hoogwaardige koks en sterrenchefs (Beeke & Ploos Van Amstel, 2013). De meest prestigieuze hotels ontvangen gemiddeld zo'n twintig leveringen per dag, waarbij sommige versleveranciers zelfs meerdere keren per dag langskomen. Ongeveer de helft van deze leveringen bestaat uit verse producten zoals vlees, vis, brood en AGF (Aardappelen, Groenten, Fruit). De overige leveringen omvatten verschillende items zoals wijn, koffie, thee, andere kruidenierswaren en linnengoed. Hotels hebben ook dagelijks te maken met diverse afval- en dienstenstromen, waaronder ook de stomerij (Beeke & Ploos Van Amstel, 2013).

Het is cruciaal voor tophotels om zich te onderscheiden en hun klanten een unieke en hoogwaardige ervaring te bieden, wat betekent dat alles vers en van uitstekende kwaliteit moet zijn. Daarom leveren veel verse leveranciers, zoals die van vlees en vis, dagelijks aan deze hotels. Het inkoopproces in deze hotels is goed georganiseerd, hoewel er soms in de middag extra spoedzendingen nodig zijn vanwege onvolledige of verkeerde bestellingen, maar dit gebeurt niet vaak (Beeke & Ploos Van Amstel, 2013).

Het logistiek ontwerp in een luxe hotel is een integraal onderdeel van het operationele proces, waarbij diverse aspecten worden aangepakt om efficiëntie en effectiviteit te waarborgen (Odoom, 2012). Allereerst omvat dit een zorgvuldige ruimteplanning, waarbij de lay-out van keukens, opslagruimtes en andere operationele gebieden wordt geoptimaliseerd om een soepele doorstroming van personeel en goederen mogelijk te maken. Daarnaast is voorraadbeheer een belangrijk aspect, waarbij hotels moeten zorgen voor een adequaat niveau van voorraden, waaronder voedsel, dranken, linnengoed en andere benodigdheden, om aan de vraag te voldoen en verspilling te minimaliseren. Leveringen van hoogwaardige producten, zoals verse ingrediënten en luxe voorzieningen, vereisen een goed georganiseerd ontvangstproces en efficiënte distributie naar de juiste afdelingen binnen het hotel (Muwowo, 2016).

Het beheer van afvalstromen is ook van essentieel belang, waarbij luxe hotels streven naar milieuvriendelijke praktijken door recycling, compostering en afvalminimalisatie te bevorderen. Technologische integratie speelt een steeds grotere rol, met softwareoplossingen voor voorraadbeheer, leveringstracking en communicatie, waardoor de operationele processen worden gestroomlijnd en geoptimaliseerd. Bovendien moet het logistiek ontwerp rekening houden met de behoeften van gasten, met aandacht voor hoogwaardige dienstverlening en gepersonaliseerde ervaringen, zoals roomservice en conciërgediensten (Muwowo, 2016).

Al bij al draagt een goed doordacht logistiek ontwerp bij aan het leveren van een uitzonderlijke gastervaring in luxe hotels, waar efficiëntie, kwaliteit en klanttevredenheid centraal staan. En dit alles buiten het zicht van de gasten.

De algehele logistieke operatie binnen luxe hotels wordt verder geanalyseerd en geïllustreerd aan de hand van foto's in de geselecteerde casestudies.

03 Case Studies

De geselecteerde case studies richten zich op luxehotels in België, met als doel ze persoonlijk te ervaren en te bezoeken. Deze studies worden vergeleken en geanalyseerd aan de hand van verschillende thema's die uit de literatuur zijn voortgekomen. Eerst wordt informatie verstrekt over elk specifiek luxehotel en de ontwerpers ervan. Vervolgens worden de ontwerpstrategieën die in de literatuur zijn besproken toegepast op deze gevallen, waarbij de nadruk ligt op gastvrijheid, ruimtelijke optimalisatie, lokale cultuur en authenticiteit, toegankelijkheid en universeel ontwerp, en logistiek. De informatie in deze case studies is afkomstig van bezoeken en rondleidingen in deze luxe hotels.

La Réserve Knokke



Figuur 36: Foto voorgevel hotel La Réserve [eigen beeld]

3.1 La Réserve, Knokke

Architect: EL Architects

Interieurarchitect: Glenn Sestig

La Réserve, een superior vijfsterrenhotel, in Knokke, België, is een historisch en prestigieus hotel dat een rijke geschiedenis kent. Oorspronkelijk opgericht in de jaren 1949, verwierf het al snel een reputatie als een van de meest luxe en exclusieve bestemmingen aan de Belgische kust. Het hotel was een geliefde ontmoetingsplaats voor zowel de Belgische aristocratie als internationale beroemdheden en stond bekend om zijn grandioze uitstraling en eersteklas service (Tentoonstelling Gouden Sterren - Geschiedenis – La Réserve, z.d.).

Het oorspronkelijke gebouw van La Réserve werd echter in de jaren 2000 afgebroken, waarna een nieuw hotel werd gebouwd op dezelfde locatie (Tentoonstelling Gouden Sterren - Geschiedenis – La Réserve, z.d.). Dit nieuwe gebouw, dat in 2011 zijn deuren opende, was moderner van opzet maar bleef trouw aan de luxe en exclusiviteit die het oorspronkelijke hotel had geboden. Het nieuwe La Réserve blijft een symbool van luxe en is een centraal onderdeel van het sociale en culturele leven in Knokke (Demeulemeester, 2023).

Het hotel geniet een prachtige ligging aan het Zegemeer en ligt dicht bij het levendige centrum en de beroemde stranden van Knokke, waardoor het een ideale keuze is voor bezoekers die zowel ontspanning als vertier zoeken. Met zijn luxe faciliteiten, waaronder een spa, een binnenzwembad, en uitstekende eetgelegenheden, blijft La Réserve een toonaangevende bestemming voor zowel lokale als internationale gasten die op zoek zijn naar een exclusieve vakantie-ervaring aan de Belgische kust (Demeulemeester, 2023).

3.1.1 Interieur

Na het verlies van een ster besloten Marc Coucke en Bart Versluys in 2021 om het luxehotel over te nemen, met de intentie om de slapende legende te renoveren tot een vijfsterrenhotel. Er werd met grote toewijding gewerkt aan de heropening van Hotel La Réserve op 17 juli 2023. Architect Glenn Sestig kreeg slechts zes maanden de tijd om de eerste fase van de renovatiewerken te voltooien. Zijn prioriteit lag bij een grondige aanpak van de openbare ruimtes, terwijl de kamers voorlopig onaangeroerd bleven. De uitdagende opdracht omvatte onder meer de renovatie van de lobby, de bar, het restaurant La Rigue van Peter Goossens, de terrassen, de wijnkelder en de twee 'private dining'-salons, en vroeg het uiterste van de Gentse toparchitect (Demeulemeester, 2023).



Figuur 37: Foto lobby hotel La Réserve [eigen beeld]

Lobby

De gerenoveerde lobby van La Réserve straalt nu de grandeur uit die past bij zijn historische achtergrond, terwijl het tegelijkertijd volledig is geüpdatet naar de normen van het heden en de toekomst. De vernieuwde ruimte belichaamt een moderne interpretatie van de chique uit de jaren 30, met gebruik van eucalyptushout, onyx, marmeren details en messing, samen met zorgvuldig geselecteerd meubilair. Deze centrale hal dient als receptie, lounge en openbaar 'plein' van het hotel, naadloos overlopend in een reeks met elkaar verbonden ruimtes die verschillende openbare voorzieningen herbergen. Dit omvat onder andere de verleidelijke bar La Réserve Club, een winkel met de beste merken, de veelzijdige La Réserve Signature Room, die beschikbaar is voor een scala aan evenementen van tentoonstellingen tot merkactivaties, La Rigue at La Réserve Restaurant van de met een Michelin-ster bekroonde chef-kok Peter Goossens, een selectie verfijnde zalen voor privé-evenementen, en tot slot de 'Silver Lake Rooms', die geschikt zijn voor groot-schalige evenementen, variërend van conferenties tot gala's (Lafontaine, 2023). Verder bevatten de ruimtes een mix van op maat gemaakte items, vervaardigd door Sestig, en geselecteerde stukken van ontwerpers zoals Jean-Michel Frank en Christian Liaigre. Op maat gemaakte oppervlakken, zoals een reeks handgemaakte, sculpturale wandreliefs die strandzandformaties nabootsen, en op bestelling geweven metalen panelen die dienen als ruimteverdelers, omhullen alles in een sfeer van hoogwaardige ruimtelijke verfijning (La Réserve, z.d.).

Kamers

Het team onder leiding van Bart Versluys heeft alle kamers en suites een revitaliserende transformatie gegeven. Deze kamers en suites worden gekenmerkt door het gebruik van natuurlijke kleuren en materialen, resulterend in serene composities die een gevoel van rust en comfort uitstralen (La Réserve Resort, 2024). Ze besloten de kamers niet volledig te renoveren, dit omdat er te weinig tijd was om de 79 kamers, 29 junior suites, een Executive en Presidentiële suite en een Royal Penthouse van 270 m² aan te pakken (Demeulemeester, 2023). Tijdens de rondleiding binnen Hotel La Réserve vertelde ze dat meneer Versluys en Coucke het belangrijk vonden samen te werken met lokale bedrijven. Ze werkte samen met onder andere Dôme Deco en RR Interieur voor het verder aankleden en upgraden van de kamers. Elk meubelstuk, van de op maat gemaakte bank tot de verfijnde decoraties, straalt een elegante "South Hampton" sfeer uit. Deze ruimtes tonen het uitstekende vakmanschap van Dôme Deco en RR Interieur en bevestigen hun positie als toonaangevende spelers in de wereld van interieurontwerp. Meubili, met een vestiging op de Natiënlaan in Knokke, deed de aankleding van de terrassen.



Figuur 38: Foto kamer hotel La Réserve [eigen beeld]

Andere faciliteiten

Hotel la Réserve is veel meer dan enkel een plek om te overnachten. Het beschikt ook over een restaurant, wellness, winkel en verschillende multifunctionele ruimten (Demeulemeester, 2023).

Bar

De bar, ook door Glenn Sestig ontworpen, moest een gevoel van warmte en verleiding creëren. Een spectaculaire toog bekleed met rood velours, een theateraal plafond, ruime banken en weelderige gordijnen, een haard, koos de architect voor een eigentijdse boudoirsfeer met een internationale uitstraling. Het is vermeldenswaard dat de bar ook open staat voor niet-hotelgasten. Bijvoorbeeld, als je te vroeg bent voor je reservering in La Rigue, kun je alvast genieten van een aperitief terwijl je wacht.



Figuur 39: Foto bar hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 40: Foto logo restaurant La Rigue [eigen beeld]

Restaurant

Restaurant La Rigue wordt uitgebaat door sterren chef Peter Goossens. Deze gerenommeerde kok heeft één ster op zijn naam.

Het restaurant heeft een andere sfeer dan de intieme ambiance van de aangrenzende bar. Het wordt een kosmopolitische brasserie met een duidelijke knipoog naar de zee: de muur van de open keuken is wit gepleisterd in een prachtig golvenpatroon, wat doet denken aan de rimpelingen in het zand. Marc Coucke en Peter Goossens sturen voornamelijk het food & beverage-gedeelte van La Réserve. Met zekerheid kan er gezegd worden dat je er kan genieten van de beste garnaalkrokette van de kust, en ook de wijnselectie zal niets te wensen overlaten (Demeulemeester, 2023).

Belangrijk om te vermelden is dat het restaurant zo werd ingericht voor kleinere groepen. Er zijn enkele tafels voorzien voor maximum zes personen, deze kunnen afgesloten worden door een gordijn om zo privacy te bieden. Er is veel vraag van bedrijven om hier grote tafels te reserveren, maar dit neemt La Rigue niet vaak aan. Dit om andere gasten de rust te bieden tijdens hun diner. Uit mijn eigen inzicht was ik het hier eerst niet mee eens, omdat ze op deze manier de toegankelijkheid voor grote groepen beperken. Bij nader inzien heb ik hier meer begrip voor gekregen, om zo de ervaring van andere gasten niet te belemmeren tijdens hun diner.



Figuur 41: Foto interieur restaurant La Rigue [eigen beeld]



Figuur 42: Foto wijnkelder hotel La Réserve [eigen beeld]

Wijnkelder

Ook biedt het hotel een high-end wijnkelder, ontworpen door Glenn Sestig. De sokkels werden afgewerkt in een prachtig syrahmarmer in wijnkleur. De wijnkelder is voor de helft gevuld met wijnen voor het restaurant La Rigue. De andere helft is bestemd voor 'La Réserve Club'. Hier kunnen klanten, die aangesloten zijn bij de club, een kluis huren in de wijnkelder. Iedere kluis heeft ruimte voor twaalf flessen. De wijnkluis is 24/7 toegankelijk voor de gasten, zo kunnen ze tijdens hun verblijf genieten van hun eigen collectie wijn.

Shop

De lobby is ook voorzien van een shop. Hier kunnen verschillende merken een plaats huren om enkele van hun producten tentoon te stellen om zo verder tot verkoop te gaan. Momenteel heeft mevrouw Baeten hier het grootste deel van afgehuurd voor haar merk 'Le Parfum de Nathalie'. Buiten 'Le Parfum de Nathalie' hebben ook Chanel, Delvaux en Morobé een plekje binnen de shop.



Figuur 43: Foto shop hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 44: Foto 'Private Salon' hotel La Réserve [eigen beeld]

Multifunctionele ruimtes

La Réserve biedt ook verschillende multifunctionele ruimtes waaronder, Private Salons, La Réserve Signature Room en Silver Lake Rooms. Deze ruimtes ontworpen met het oog op veelzijdigheid kunnen worden aangepast aan de specifieke eisen van elk evenement. Ze bieden gasten de mogelijkheid om te genieten van hoogwaardige faciliteiten en service in een prachtige omgeving.

Parking

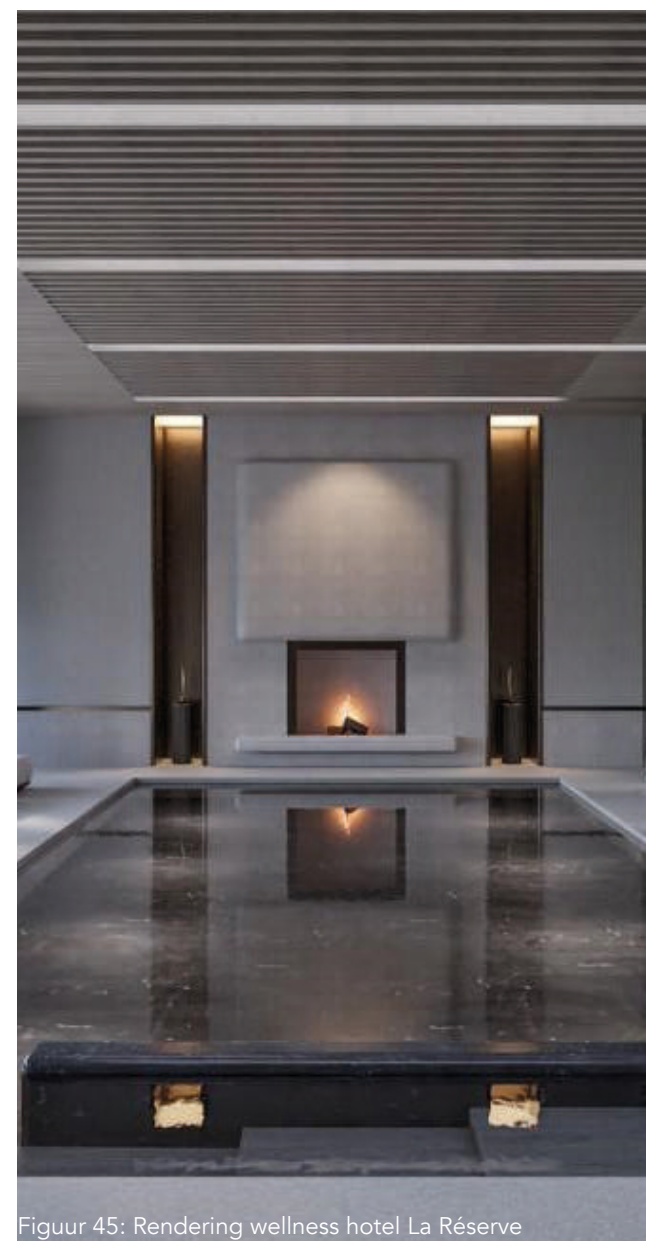
La Réserve is voorzien van een ondergrondse parking. Zelfs hier wordt de hospitality doorgetrokken. Bij het betreden van de parking staat er een quote op de muur met een verwelkoming, alsook bij het verlaten van de parking. De ondergrondse parking is voorzien van laadpalen voor gasten met een elektrische wagen. Er zijn twee parkeerplaatsen voor mindervaliden recht voor de ingang alsook een parkeerplaats voor VIP's die zich recht voor de ingang bevindt. De ondergrondse parking is ook voorzien van een aparte, afgesloten fietsenstalling. De gasten hebben ook de mogelijkheid om golfkarretjes te huren om zo hun trip door Knokke voort te zetten.



Figuur 45: Foto parking hotel La Réserve [eigen beeld]

Wellness

La Réserve is uitgerust met een wellness, die momenteel in constructie is. Echter staan er nog ontwikkelingen op de planning. Zo wordt er gewerkt aan een zonneweide ponton op het meer, momenteel in aanvraag, evenals een volledig herontworpen wellness- en spagedeelte, ontworpen door Glenn Sestig Architects. Deze aanvullende faciliteiten, waaronder een dakterraszwembad (55 m²), sauna, hammam en behandelcabines, zijn momenteel nog niet operationeel. Door de constructieve omstandigheden kon ik dit niet bezoeken, maar werd dit wel aangehaald tijdens de rondleiding.



Figuur 45: Rendering wellness hotel La Réserve



Figuur 46: Foto inkom hotel La Réserve [eigen beeld]

3.1.2 Hospitality

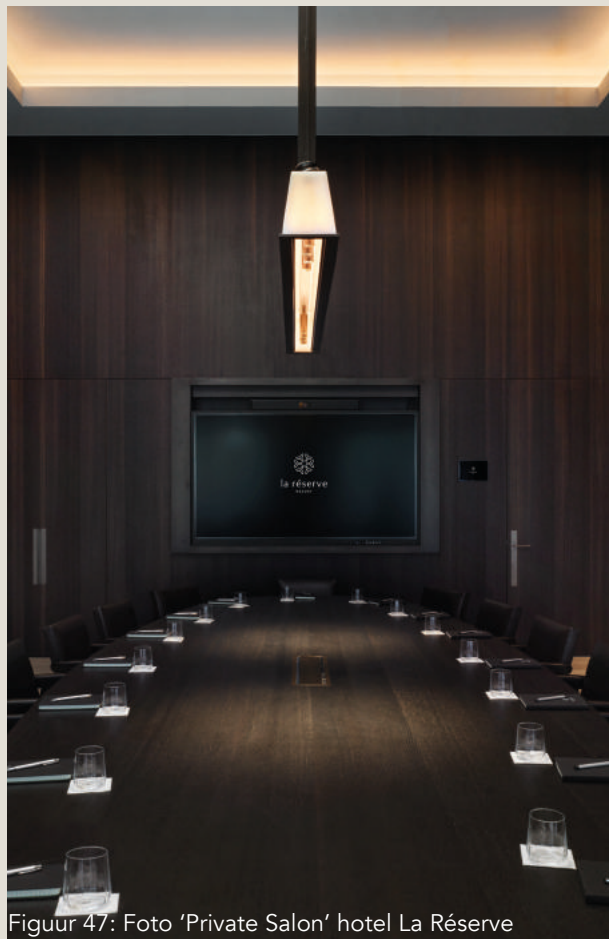
Waar weelderige omgevingen samenkomen met uitmuntende service, biedt een zorgvuldig samengestelde ervaring gasten de mogelijkheid om het stijlvolle kustleven van Knokke-Heist het hele jaar door te ervaren (Lydia, 2023).

Binnen Hotel La Réserve staat hospitality centraal, waarbij gasten worden verwelkomd met warmte, aandacht en een uitstekende service. Het personeel van La Réserve streeft ernaar om elke gast een buitengewone ervaring te bieden, waarbij hun behoeften en wensen voorop staan.

De gastvrijheid bij La Réserve begint al bij het inchecken, waar gasten worden begroet met een vriendelijke glimlach en persoonlijke aandacht. Bij binnenkomst wordt de bagage onmiddellijk aangenomen. Indien de kamer klaar is wordt de bagage door het personeel naar de kamer gebracht, indien de kamer nog niet klaar is, is er een aparte ruimte voorzien waar gasten veilig hun bagage achter kunnen laten. Het personeel staat altijd klaar om te helpen met eventuele vragen of verzoeken, en doet er alles aan om het verblijf zo comfortabel en plezierig mogelijk te maken.

In de restaurants en bars van La Réserve wordt dezelfde gastvrijheid weerspiegeld in de culinaire ervaringen die worden geboden. Of het nu gaat om een intiem diner in een van de gastronomische restaurants of een ontspannen drankje in de bar, gasten kunnen rekenen op attente service en hoogwaardige gerechten en drankjes.

Daarnaast streven de medewerkers van La Réserve ernaar om elke interactie met de gasten persoonlijk en memorabel te maken. Of het nu gaat om het regelen van speciale verzoeken, het organiseren van activiteiten of het bieden van lokale tips en aanbevelingen, het personeel van La Réserve staat altijd klaar om een onvergetelijke ervaring te creëren voor elke gast. Zelfs tijdens deze rondleiding lieten ze zien hoe belangrijk gastvrijheid voor hen is, wat voor mij een bevestiging is dat ze hospitality als prioriteit zien.



Figuur 47: Foto 'Private Salon' hotel La Réserve



Figuur 48: Foto wastafel hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 49: Foto 'Signature Room' hotel La Réserve



Figuur 50: Foto 'Silver Lake' hotel La Réserve [eigen beeld]

3.1.3 Ruimtelijke optimalisatie

Ruimtelijke optimalisatie binnen Hotel La Réserve is een belangrijk aspect van het ontwerp en de indeling van de faciliteiten. Het streven naar efficiënt ruimtegebruik en het maximaliseren van de functionaliteit van elke ruimte zijn kernprincipes die worden toegepast in het hele hotel. Zo hebben ze verschillende multifunctionele ruimtes.

De Private Salons, met een oppervlakte van 80 m² en een capaciteit van 16 gasten, bevinden zich aan de rechterkant van de hoofdingang en bestaan uit twee aparte ruimtes die beschikbaar zijn voor privé-evenementen. Of het nu gaat om diners, feesten of zakelijke bijeenkomsten, deze ruimtes zijn ontworpen om aan diverse behoeften te voldoen. Door hun flexibele, maar hoogwaardige ontwerp kunnen de ruimtes afzonderlijk worden gebruikt. Aan de ingang, tussen beide ruimtes, is een aparte wastafel voorzien voor gasten waar ze de optie hebben een Nespressomachine* te plaatsen. Op deze manier biedt La Réserve volledige privacy. Gasten kunnen genieten van een eigen open haard, elegante houten bekleding en verfijnde messing details, waardoor ze alles hebben wat ze nodig hebben voor een geslaagd evenement.

Op de speciaal ontworpen benedenverdieping van La Réserve Resort bevinden zich vier multifunctionele zalen, Silver Lake. Het is een veelzijdige ruimte binnen La Réserve Resort. Aan de ene kant fungeert het als een ruime congreszaal, maar het kan ook worden omgevormd tot vier afzonderlijke boardrooms, afhankelijk van de behoeften van de gasten. Met een oppervlakte van 500 m² en een capaciteit van 150 gasten biedt deze ruimte voldoende mogelijkheden voor verschillende soorten evenementen.

De ruimte wordt gekenmerkt door een unieke architectuur, met een opvallende glazen wijnkelder als centraal element. Gasten worden verwelkomd bij een aparte ontvangstbalie met vestiaire, waardoor ze zich meteen thuis voelen. Elke zaal in Silver Lake profiteert van natuurlijk daglicht en heeft een eigen terras met directe toegang tot het Zegemeer. Gasten kunnen genieten van een ontspannende wandeling rond het meer tijdens hun koffie- of lunchpauze, wat zorgt voor een verfrissende onderbreking van hun bijeenkomst of evenement.

De Signature Room, met een oppervlakte van 80 m², biedt ruimte aan ongeveer 30 gasten. Gelegen tegenover de winkel, is de Signature Room van La Réserve een op maat gemaakte ruimte die is ontworpen voor diverse hotelactiviteiten, waaronder het huisvesten van pop-upwinkels van merken. Dankzij de glazen wand die grenst aan de lobby en lounge, kunnen gasten een glimp opvangen van de bedrijvigheid binnen, wat een uitstekende manier is om bezoekers aan te trekken. Het flexibele interieurontwerp maakt het mogelijk dat dit deel van het hotel kan worden getransformeerd in verschillende opstellingen, variërend van conceptstores tot tentoonstellingen en merkevenementen. Zo was er afgelopen zomer een pop-up event voor Dior. Doordat dit merk geen fysieke winkel in Knokke heeft, hebben ze toch de kans gehad een pop-up te openen binnen La Réserve.

Alle ruimtes zijn ontworpen met het oog op veelzijdigheid en kunnen worden aangepast aan de specifieke eisen van elk evenement. Ze bieden gasten de mogelijkheid om te genieten van hoogwaardige faciliteiten en service in een prachtige omgeving, waardoor hun ervaring in La Réserve onvergetelijk wordt.

* Hotel La Réserve werkt samen met het koffiemark 'Nespresso'. Iedere kamer en vergaderzaal is voorzien van een Nespressomachine, inclusief koffie.



Figuur 51: Foto toilettes hotel La Réserve

3.1.4 Lokale cultuur en authenticiteit

Opvallend is dat Sestig ervoor koos om La Réserve niet te laten overeenkomen met de traditionele 'Knokse stijl'. Hij vermeed de gebruikelijke materialen in zandtinten of witte varianten en koos in plaats daarvan voor een gedurfd palet van eucalyptushout, travertijn, rood velours, onyx en brons (Demeulemeester, 2023). Zoals Glenn vertelde in een interview voor Sabato op 23 juni 2023, "Het hotel bevindt zich aan een meer, niet direct aan zee. Dit is Knokke, geen Mykonos of Ibiza. Daarom kon ik de 'balneaire' stijl veel meer kosmopolitisch interpreteren. Het belangrijkste is dat alles hier een gevoel van ingetogen luxe moet uitstralen: een combinatie van luxe en comfort verkregen door de juiste materialen in een minimalistische stijl."

Bij het bespreken van de authenticiteit van het hotel, werd tijdens het interview benadrukt dat Hotel La Réserve in 2000 een ingrijpende transformatie onderging onder leiding van architectenbureau EL Architects. Het hotel was voorheen gebonden aan de traditionele esthetiek van oranje daken die typerend waren voor de woningen rond het Zegemeer. Echter, EL Architects koos ervoor om af te wijken van deze conventies en gaf het hotel een geheel nieuwe uitstraling. Dit vernieuwde ontwerp weerspiegelt nu een eigentijdse visie en draagt bij aan de unieke identiteit van La Réserve. Het nieuwe interieur door Glenn Sestig bleef trouw aan de luxe en exclusiviteit die het oorspronkelijke hotel had geboden.



Figuur 52: Foto invalide badkamer hotel La Réserve [eigen beeld]

3.1.5 Toegankelijkheid en universeel ontwerp

Binnen Hotel La Réserve wordt veel aandacht besteed aan toegankelijkheid, met als doel een gast-vrije omgeving te creëren die voor iedereen toegankelijk is, ongeacht eventuele beperkingen of speciale behoeften.

Om te beginnen zijn de openbare ruimtes, zoals de lobby, restaurants, bars en vergaderzalen, ontworpen met brede gangen en deuren om gemakkelijke toegang te bieden voor rolstoelgebruikers en mensen met mobiliteitsproblemen. Daarnaast zijn er liften beschikbaar om toegang te bieden tot verschillende verdiepingen van het hotel.

Het hotel biedt enkele rolstoeltoegankelijke kamers aan waaronder 'De Patio Room'. Deze kamer van 35 m² biedt speciale voorzieningen voor gasten met specifieke behoeften, zoals aangepaste badkamers met handgrepen en rolstoeltoegankelijke douches. Deze kamers zijn ontworpen om comfort en gemak te bieden aan gasten met mobiliteitsbeperkingen.

Tijdens de rondleiding werd er verteld dat deze situatie soms leidt tot ontevredenheid bij gasten. Wanneer het hotel volledig volgeboekt is, worden sommige gasten ondergebracht in kamers die oorspronkelijk zijn ontworpen voor mindervaliden. Deze kamers zijn ingericht volgens de voorschriften voor de toegankelijkheid van mindervaliden, wat betekent dat de douches drempelvrij zijn en worden afgesloten met een douchegordijn. Gasten die in deze kamers verblijven, hebben soms opmerkingen over deze voorzieningen.

Verder wordt er bij evenementen en bijeenkomsten rekening gehouden met toegankelijkheid, met faciliteiten zoals drempelvrije ingangen, rolstoeltoegankelijke zitplaatsen en speciale voorzieningen voor slechthorenden of slechtzienden indien nodig.

Tot slot wordt het personeel van Hotel La Réserve getraind om te zorgen voor een inclusieve en gastvrije ervaring voor alle gasten, waarbij ze openstaan voor vragen en verzoeken met betrekking tot toegankelijkheid en bereid zijn om te helpen waar nodig.



Figuur 53: Foto waszaal hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 54: Foto waszaal hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 55: Foto plaats van leveringen hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 56: Foto personeelskeuken hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 57: Foto rokersruimte hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 58: Foto kleedkamer hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 59: Foto bergruimte hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 60: Foto pâtisseriekeuken hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 61: Foto koelcel hotel La Réserve [eigen beeld]

3.1.6 Logistiek

De logistieke werking binnen hotel La Réserve gebeurt allemaal discreet en achter de schermen.

Elke verdieping heeft een toegewezen housekeeper die op vaste tijdstippen het beddengoed verzamelt, de minibar aanvult en de kamers schoonmaakt. Deze taken worden altijd op vaste tijden uitgevoerd, meestal wanneer de gasten aan het ontbijten zijn.

Alle logistieke voorzieningen bevinden zich in de kelder. Zoals de waszaal, de pâtisserie keuken en voorbereidingskeuken, de verschillende opslagplaatsen, de personeelsruimte, de kleedruimtes en lockers voor het personeel en de plaats van leveringen voor voeding en dranken.

In de waszaal staan industriële wasmachines en droogkasten om grote hoeveelheden beddengoed te wassen. Daarnaast zijn er mangelmachines beschikbaar, die speciaal ontworpen zijn om grote stukken stof zoals lakens en dekbeddovertrekken snel en efficiënt glad te strijken.

In de wasruimte is altijd een housekeeper aanwezig om ook de vuile was van gasten te verwerken. Deze wordt zorgvuldig gesorteerd op kleur en met de hand gestreken.

Verder gebeuren er in de kelder ook alle leveringen. De leveranciers rijden via de Elizabetlaan de ondergrondse parking in. Aan de grote poort bevindt zich een cabine voorbestemd voor de economaat. De economaat regelt alle leveringen en zorgt er voor dat alle leveringen op de juiste momenten geleverd worden. Bij het leveren van goederen en voeding merken ze enkele problemen op. Zo is het leveren met een grote vrachtwagen niet mogelijk, doordat ze een ondergrondse parking binnen moeten en een vrachtwagen te groot en hoog is om er binnen te geraken. Leveranciers zijn genooddakt met een kleine koelwagen of een kleinere bestelwagen de parking binnen te rijden.

De kelder is ook voorzien van een keuken voor het personeel met een drankenautomaat, een koffieapparaat, een frigo, spoelbak, kasten en een microgolfoven. Deze personeelskeuken is verder voorzien van eettafels en een rokersruimte. De rokersruimte is een binnenkoer in de kelder zodat medewerkers niet genooddakt zijn om op openbare plaatsen te roken. Zo blijft alles discreet. Er zijn kleedruimtes voorzien voor het personeel met toiletten en lockers. Zo heeft ieder personeelslid zijn of haar eigen locker.

Ieder departement binnen het hotel heeft zijn eigen stockruimte in de kelder. Zo is de housekeeping voorzien van een extra stockruimte, alsook de keuken en de bloemenkunstenaar Daniël Ost. Hij komt wekelijks langs om het hotel te voorzien van verse bloemen en bloemstukken. Deze stockruimtes dienen voor materialen die niet dagelijks gebruikt worden.

De pâtisserie keuken en de voorbereidingskeuken bevinden zich ook in de kelder. De pâtisserie keuken spreekt voor zich, hier worden de pâtisseries klaargemaakt. De voorbereidingskeuken is de keuken waar ze het ontbijt voorbereiden en gerechten voor roomservice. Er is ook een grote koelcel voorzien voor de gerechten van de roomservice. De keukens zijn niet altijd 24/7 bezet, daarom voorzien ze gerechten in die koelcel voor gasten die nog graag genieten van roomservice laat in de avond.



Figuur 62: Foto lobby hotel La Réserve [eigen beeld]



Figuur 63: Foto voorkant hotel La Réserve [eigen beeld]

Botanic Sanctuary Antwerpen



Figuur 64: Foto ingang hotel Botanic Sanctuary

3.2 Botanic Sanctuary, Antwerpen

Architect: AIDarchitecten
Interieurarchitect: Rebecca Verstraete

Botanic Sanctuary Antwerpen, een vijfsterrenhotel superior, is een toevluchtsoord gewijd aan verjonging en welzijn, gelegen te midden van een bos van elzen. Het biedt een unieke ervaring doordrenkt van rust en herstellende vrede. Het hotel verwelkomt gasten in vijf zorgvuldig gerestaureerde gebouwen, waar monastieke rust en eigentijdse luxe samenkomen. Elke kamer en suite is een toevluchtsoord, ontworpen voor comfort en ontspanning. Gasten kunnen genieten van authentieke Belgische gerechten bij Henry's Bar & Bistro of de creaties van Michelin-sterrenchefs bij Hertog Jan en Fine Fleur proeven. De Botanic Health Spa biedt een holistische wellnessreis met kruidengeneeskunde, fytotherapie en voeding. Het is een toevluchtsoord voor spirituele, emotionele en fysieke welzijn. De Botanische Tuin, ooit eigendom van apotheker Pieter Coudenberg, biedt niet alleen natuurlijke genezing maar ook sereniteit van het drukke stadsleven. Botanic Sanctuary Antwerpen nodigt uit tot een verkenning van luxe en rust in een omgeving waar geschiedenis, natuur en genezing samenkomen (Botanic Sanctuary Antwerp, 2024).

3.2.1 Interieur

Het interieur van Botanic Sanctuary Antwerpen wordt gekenmerkt door een combinatie van monastieke rust en eigentijdse luxe. De zorgvuldig gerestaureerde gebouwen, zoals Sint-Joris, Monasterium, Sint-Elisabeth, Alnetum en Filips Van Marnix Huis, bieden een harmonieuze mix van historische charme en moderne voorzieningen.

Binnenin stralen de kamers en suites een sfeer uit van sereniteit en comfort. Het decor is vaak geïnspireerd op de natuurlijke omgeving, met zachte kleuren, natuurlijke materialen en organische vormen die een gevoel van rust en verbondenheid met de natuur bevorderen.

Elke ruimte is zorgvuldig ontworpen met aandacht voor detail, waarbij luxe en functionaliteit hand in hand gaan. Gasten kunnen zich omringen met hoogwaardige meubels, luxe beddengoed en moderne voorzieningen die zijn ontworpen voor comfort en gemak.

De gemeenschappelijke ruimtes, zoals de lobby, lounges en eetgelegenheden, weerspiegelen ook de elegante en ontspannen sfeer van het hotel. Gasten kunnen genieten van een rustige sfeer, omgeven door weelderige planten en verfijnde decoraties die de botanische thema's van het hotel benadrukken.

Kortom, het interieur van Botanic Sanctuary Antwerpen biedt een verfijnde en rustgevende omgeving waar gasten kunnen ontsnappen aan de drukte van het dagelijks leven en zich kunnen onderdompelen in luxe en comfort.



Figuur 65: Foto lobby hotel Botanic Sanctuary [eigen beeld]

Lobby

Binnen de lobby van Hotel Botanic Sanctuary wordt de gast begroet met een sfeer van rust en verfijning. Het interieur is doordrenkt met natuurlijke elementen en warme kleuren, waardoor een uitnodigende en ontspannen omgeving ontstaat. Grote ramen laten natuurlijk licht binnenstromen, terwijl weelderige planten en bloemen de ruimte verlevendigen en een verbinding met de natuurlijke omgeving benadrukken. Comfortabele zitplaatsen, vaak in zachte stoffen en organische vormen, nodigen gasten uit om te ontspannen en te genieten van de serene sfeer.

Kamers

De kamers in hotel Botanic Sanctuary zijn ontworpen als toevluchtsoorden van rust en comfort. Het interieur is elegant en eigentijds, met aandacht voor detail en luxe afwerkingen. Zachte kleuren en natuurlijke materialen creëren een kalmerende sfeer, terwijl de inrichting is verrijkt met subtiele accenten geïnspireerd op de natuurlijke omgeving van het hotel. Grote bedden met luxe beddengoed, terwijl moderne voorzieningen zoals flatscreen-tv's en draadloos internet zorgen voor het gemak van de gasten. Ruime badkamers zijn uitgerust met luxe toiletartikelen en sommige kamers bieden mogelijk ook een eigen balkon of uitzicht op de weelderige tuinen van het hotel.



Figuur 66: Foto Junior Suite hotel Botanic Sanctuary

Andere faciliteiten

Hotel Botanic Sanctuary is veel meer dan enkel een plek om te overnachten. Het beschikt ook over verschillende restaurants, een wellness, bar, apotheek en verschillende multifunctionele ruimten.

Parking

Bij het betreden van het hotel rijdt men een lange oprijlaan op. Hier heeft men de mogelijkheid de auto te parkeren vlak voor de ingang. Het personeel rijdt vervolgens de auto zorgvuldig weg zodat de gasten onmiddellijk kunnen genieten van hun verblijf en de exclusiviteit binnen het hotel.



Figuur 67: Foto Ingang hotel Botanic Sanctuary

Restaurant

Botanic Sanctuary heeft verschillende restaurants binnen het hotel waaronder Bar Bulot, Fine Fleur, Henry's Bar & Bistro, Hertog Jan en Het Gebaar. Ieder restaurant is open voor niet-gasten.

Elke eetgelegenheid wordt gekenmerkt door een unieke sfeer en esthetiek, die naadloos aansluiten bij de algehele sfeer van het hotel.

In Bar Bulot worden gasten verwelkomd in een sfeer van gezelligheid en verfijning. Het interieur combineert eigentijdse elegantie met subtiele maritieme elementen, wat perfect past bij de naam van de bar ("Bulot" is Frans voor "wulk", een schelpdier uit de zee). Maritieme kleuren, zoals diepblauw en zacht beige, worden gecombineerd met houten accenten en messing details. Grote ramen bieden een prachtig uitzicht op de tuinen, terwijl de sfeerverlichting zorgt voor een warme en uitnodigende sfeer. Het menu is geïnspireerd op de zee, met een selectie van verse zeevruchten en culinaire hoogstandjes, ideaal om van te genieten in deze chique en gastvrije omgeving.

Fine Fleur, het gastronomische restaurant, ademt verfijning en elegantie uit. Het interieur is geïnspireerd op botanische thema's, met zachte kleuren, organische vormen en subtiele bloemmotieven. Hoogwaardige materialen zoals marmer en hout dragen bij aan de tijdloze schoonheid van de ruimte. Grote ramen laten natuurlijk licht binnen en bieden een prachtig uitzicht op de tuinen. Het meubilair is zorgvuldig gekozen voor comfort en stijl, terwijl kunstwerken en bloemstukken de ruimte verfraaien.

Henry's Bar & Bistro verwelkomt gasten in een levendige en intieme sfeer. Het interieur is geïnspireerd op klassieke Europese bistro's, met warme kleuren, rustieke houten accenten en comfortabele zitplaatsen. Grote ramen bieden een prachtig uitzicht op de tuinen, terwijl de sfeerverlichting zorgt voor een gezellige sfeer. Het menu is divers en biedt heerlijke gerechten om van te genieten in deze ontspannen en elegante omgeving.

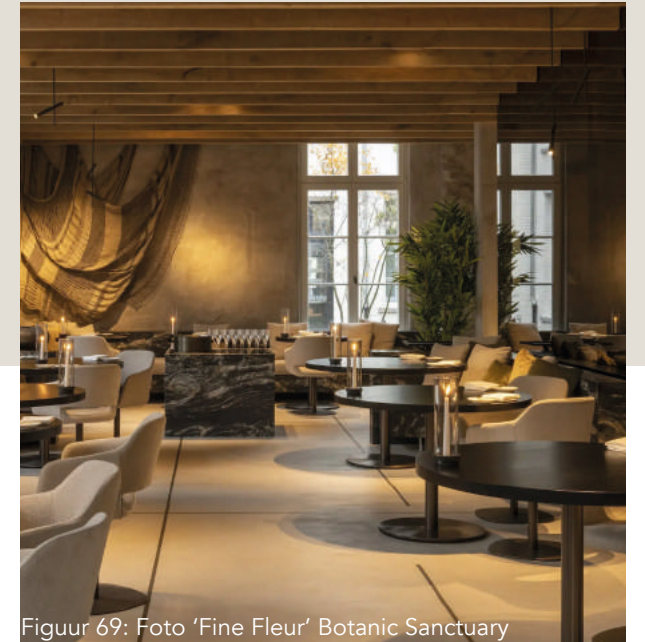
Hertog Jan, het Michelin-sterrenrestaurant, straalt een tijdloze elegantie uit. Het interieur is verfijnd, met smaakvolle details en hoogwaardige materialen. Grote ramen bieden uitzicht op de tuinen, terwijl sfeerverlichting zorgt voor een intieme sfeer. Het menu is een culinair meesterwerk, met verfijnde gerechten die perfect passen bij de luxueuze sfeer van de ruimte. Op het internet zijn er maar weinig of geen foto's beschikbaar, omdat het restaurant de ervaring voor elke gast uniek wil houden. Het is een klein restaurant met slechts een paar beschikbare zitplaatsen. Het menu verandert per seizoen en ze houden alleen rekening met allergenen. Zo wordt er geen rekening gehouden met vegetarische of veganistische opties.

Het Gebaar, het gastronomische restaurant, biedt een oase van rust en verfijning. Het interieur is elegant, met zorgvuldig gekozen meubels en subtiele accenten. Grote ramen bieden uitzicht op de tuinen, terwijl sfeerverlichting zorgt voor een warme en uitnodigende sfeer. Het menu is een kunstwerk op zich, met verrukkelijke gerechten die passen bij de luxe uitstraling van de ruimte.

Samengevat bieden alle eetgelegenheden binnen Hotel Botanic Sanctuary een unieke culinaire ervaring, gecombineerd met een prachtige sfeer die gasten uitnodigt om te genieten en te ontspannen.



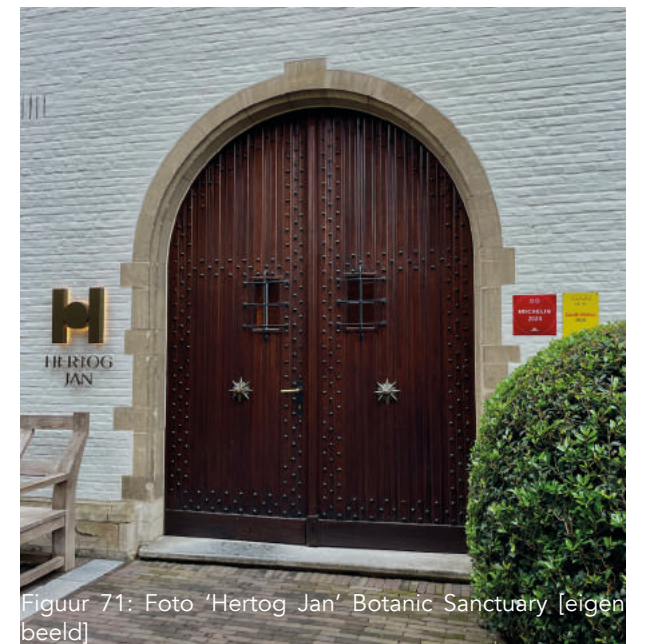
Figuur 68: Foto 'Bar Bulot' Botanic Sanctuary



Figuur 69: Foto 'Fine Fleur' Botanic Sanctuary



Figuur 70: Foto 'Henry's Bar & Bistro' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 71: Foto 'Hertog Jan' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 72: Foto 'Het Gebaar' Botanic Sanctuary



Figuur 73: Foto 'The Botanic Breakfast' Botanic Sanctuary [eigen beeld]

Wellness

Binnen Botanic Sanctuary wordt wellness gezien als een essentieel onderdeel van het totale welzijn van de gasten. De wellnessfaciliteiten zijn ontworpen om een oase van rust en ontspanning te bieden, waar gasten kunnen ontsnappen aan de drukte van het dagelijks leven en zichzelf kunnen verwennen met luxe behandelingen en verjongende ervaringen.

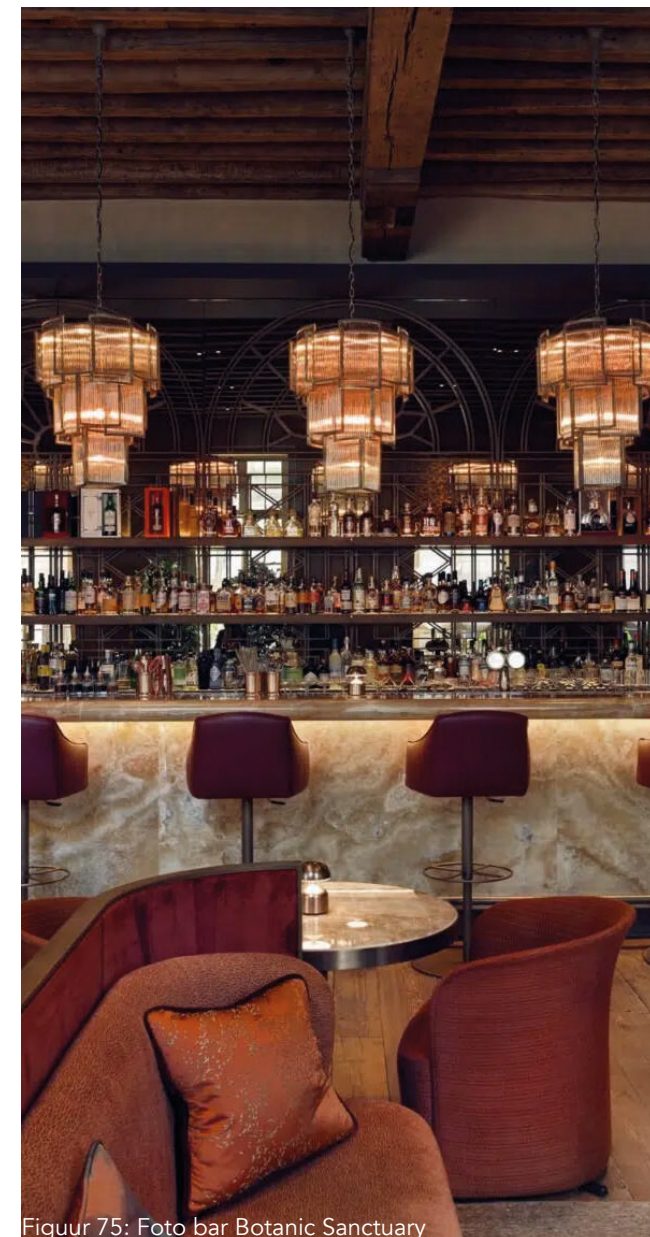
De spa van Botanic Sanctuary is een toevluchtsoord van sereniteit, waar gasten worden verwelkomd met een scala aan behandelingen die zijn ontworpen om zowel het lichaam als de geest te revitaliseren. Professionele therapeuten gebruiken hoogwaardige producten en technieken om een breed scala aan massages, gezichtsbehandelingen en lichaamsbehandelingen aan te bieden, die zijn afgestemd op de individuele behoeften van elke gast.

Naast de behandelingen kunnen gasten ook genieten van andere wellnessfaciliteiten, zoals een sauna, stoombad en jacuzzi, die allemaal zijn ontworpen om stress te verminderen, spieren te ontspannen en de algehele gezondheid en welzijn te bevorderen. Sommige locaties bieden ook yoga- of meditatiesessies aan, om gasten te helpen een diepere staat van ontspanning te bereiken en een gevoel van innerlijke balans te herstellen.

De sfeer van de wellnessruimte is vaak doordrenkt met rustgevende muziek, zachte verlichting en aromatische geuren, waardoor een kalmerende en harmonieuze sfeer ontstaat die bijdraagt aan de algehele ervaring. Kortom, de wellnessfaciliteiten van Botanic Sanctuary bieden een heilzame en verjongende ervaring voor gasten, waar ze kunnen ontspannen, opladen en zichzelf verwennen te midden van de weelderige schoonheid van het hotel.



Figuur 74: Foto Wellness Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 75: Foto bar Botanic Sanctuary

Bar

De bar binnen Hotel Botanic Sanctuary is een gastvrije ontmoetingsplaats waar gasten kunnen ontspannen en genieten van een gevarieerd aanbod aan drankjes en hapjes. Het interieur is zorgvuldig ontworpen met een mix van elegantie en gezelligheid, gekenmerkt door hoogwaardige materialen zoals hout, marmer en messing, wat een luxe uitstraling creëert. Gasten kunnen kiezen uit een uitgebreide selectie aan drankjes, waaronder cocktails, sterke dranken, wijnen en bieren, samengesteld door ervaren mixologen. Daarnaast worden vaak kleine hapjes en snacks aangeboden, variërend van lichte opties zoals olijven en notjes tot meer substantiële gerechten zoals tapas of charcuterieplanken. De sfeer in de bar varieert, van rustig en ontspannen overdag tot levendig en bruisend 's avonds, vaak met live-muziek of andere entertainmentopties. Kortom, de bar biedt een verfijnde en gastvrije omgeving waar gasten kunnen genieten van hoogwaardige drankjes, heerlijke hapjes en goed gezelschap, omringd door de prachtige sfeer van het hotel.

Apotheek

Binnen het hotel is een charmante, historische apotheek te vinden, waar de erfenis van Peeter van Coudenberghe, een gerenommeerd botanicus, wordt gevierd. Het interieur van de apotheek ademt een sfeer van tijdloze elegantie uit, met rustieke houten planken die gevuld zijn met een scala aan kruiden, supplementen en natuurlijke remedies. Botanic Sanctuary Antwerpen werkt trots samen met Saint Charles, een Weens merk dat bekend staat om zijn expertise op het gebied van kruidengeneeskunde. Elk product en elke ervaring in de winkel weerspiegelt een diep respect voor traditionele natuurgeneeskundige wijsheid, gecombineerd met de nieuwste bevindingen op het gebied van wellness en gezondheid. De producten die verkocht worden in de apotheek worden ook doorgetrokken in het hotel. Zo zijn bijvoorbeeld de zeepjes op de gastenkamers te koop in de apotheek.



Figuur 76: Foto Apotheek Botanic Sanctuary



Figuur 77: Foto 'Chapel' Botanic Sanctuary [eigen beeld]

Multifunctionele ruimtes

Botanic Sanctuary biedt ook verschillende multifunctionele ruimtes waaronder, Chapel, Amaryllis, Marie-Rose, Culina Romana, Culina Batavica, Larix, Ceder, Platanus, Quercus I, Quercus II, Magnolia, Ginkgo, Catalpa, Monastery Garden, Eucalyptus en Hevea. Deze ruimtes ontworpen met het oog op veelzijdigheid kunnen worden aangepast aan de specifieke eisen van elk evenement. Ze bieden gasten de mogelijkheid om te genieten van hoogwaardige faciliteiten en service in een prachtige omgeving.



Figuur 78: Foto lobby Botanic Sanctuary [eigen beeld]

3.2.2 Hospitality

Binnen Botanic Sanctuary Antwerpen staat gastvrijheid centraal, en elk aspect van het hotel is ontworpen om de gasten een onvergetelijke ervaring te bieden.

Het personeel van Botanic Sanctuary Antwerpen is zorgvuldig geselecteerd en getraind om een warm welkom en uitstekende service te bieden aan elke gast. Of het nu gaat om het inchecken bij de receptie, het serveren van maaltijden in de restaurants of het verlenen van spa-behandelingen, het personeel streeft ernaar om de verwachtingen van de gasten te overtreffen en een persoonlijke benadering te bieden die hun verblijf onvergetelijk maakt. Ze werken onder de slogan "We verkopen geen nee". Het is voor hen belangrijk dat voor alles een oplossing wordt gezocht, om zo de gasten een unieke ervaring te bieden.

Gasten worden behandeld met aandacht voor detail, waarbij elk aspect van hun verblijf zorgvuldig wordt verzorgd. Van het regelen van speciale verzoeken tot het bieden van lokale aanbevelingen en het organiseren van activiteiten, het personeel staat altijd klaar om te helpen en ervoor te zorgen dat de gasten zich thuis voelen. Er wordt door het personeel ook vaak vooronderzoek gedaan op mensen, om hun verblijf zo persoonlijk mogelijk te maken. Na een event worden de gasten opgebeld om de aftersale door te brengen. Het is belangrijk voor hen steeds in contact te staan met de gasten om te weten wat de ervaringen waren, wat er beter kon, om zo continu snelle aanpassingen te kunnen doen.

Daarnaast worden gasten verwend met een scala aan luxe voorzieningen en faciliteiten, zoals gastronomische restaurants, een uitgebreide spa, en prachtige tuinen om te verkennen. Elk aspect van het hotel is ontworpen om de zintuigen te prikkelen en een gevoel van welzijn te bevorderen, waardoor gasten worden uitgenodigd om te ontspannen, te genieten en zich te verjongen tijdens hun verblijf in Botanic Sanctuary Antwerpen.



Figuur 79: Foto 'Chapel' Botanic Sanctuary



Figuur 81: Foto 'Marie-Rose' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 82: Foto 'Culina Romana' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 84: Foto 'Larix' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 80: Foto 'Amaryllis' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 83: Foto 'Culina Batavica' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 85: Foto 'Ceder' Botanic Sanctuary [eigen beeld]

3.2.3 Ruimtelijke optimalisatie

Binnen Hotel Botanic Sanctuary wordt ruimtelijke optimalisatie benadrukt om de gastervaring te verbeteren. Dit omvat doordachte indelingen, gebruik van slimme technologie en aandacht voor esthetiek. Door natuurlijke stromen van gasten te bevorderen, geautomatiseerde systemen te implementeren en hoogwaardige materialen te gebruiken, wordt een uitnodigende en functionele omgeving gecreëerd. Het doel is om een balans te vinden tussen functionaliteit, esthetiek en gastvrijheid, waardoor gasten zich comfortabel en ontspannen voelen in de ruimtes van het hotel.

Daarom bevinden zich er verschillende multifunctionele ruimtes die zich kunnen aanpassen volgens de noden van de gasten. Iedere ruimte is te bezichtigen in een 3D tool, zodat gasten voor het boeken van een ruimte, de ruimte kunnen bekijken en zo de juiste omgeving kunnen kiezen naargelang het doeleinde.

De 'Chapel' op de gelijkvloerse verdieping nodigt uit tot rust en contemplatie, met een serene sfeer. De glas-in-loodramen zijn bewaard gebleven uit de 15e eeuw. De subtiele religieuze symbolen verrijken het interieur, terwijl het geluidssysteem en de draadloze microfoons de ruimte geschikt maken voor verschillende soorten evenementen. Doordat deze kapel onder beschermd erfgoed valt, moet men rekening houden met de temperatuur binnen in de zaal om de authentieke materialen en het schilderij intact te houden.

'Amaryllis', ook op de gelijkvloerse verdieping, straalt eigentijdse elegantie uit met luxe materialen zoals marmer en hout. Deze zaal werd vroeger gebruikt als ziekenzaal. Doordat men de authentieke vloer heeft laten liggen is dit nog zichtbaar. De zwarte tegels waren bestemd voor de ziekenbedden, de witte tegels waren bestemd als gangpad voor de zusters. 'Amaryllis' wordt voornamelijk gebruikt voor de 'Sunday Brunch'. Dit wordt op zondag georganiseerd door het hotel zelf. Deze brunch is zowel voor gasten als voor niet-gasten toegankelijk. Verder dient de ruimte ook voor evenementen zoals grote feesten. De zaal is voorzien van moderne audiovisuele apparatuur, waaronder een geluidssysteem en draadloze microfoons.

Op dezelfde verdieping bevindt zich 'Marie-Rose', een ruimte die eigentijdse elegantie moeiteloos vermengt met klassieke charme. De touches van bloemen in het behang zijn er om een verfijnde sfeer te creëren. 'Marie-Rose' kan worden ingericht voor verschillende soorten evenementen en is uitgerust met moderne audiovisuele apparatuur, waaronder een 4K-beeldscherm en draadloos delen van inhoud vanaf uw eigen laptop.

'Culina Romana' en 'Culina Batavica' zijn beide ruimtes die de culinaire tradities van respectievelijk Rome en Nederland omarmen. Hoogwaardige materialen zoals marmer en hout worden gecombineerd met warme kleuren en zachte verlichting om een gastvrije en gezellige sfeer te creëren. Moderne voorzieningen zorgen voor comfort en gemak voor gasten die dineren of bijeenkomen in deze ruimtes. Beide ruimtes zijn bewaard gebleven tijdens de renovatiewerken. Daardoor zijn er nog authentieke elementen te vinden in beide ruimtes. In de ruimte 'Culinair Romana' is nog een authentiek kookvuur te zien. In de ruimte 'Culina Batavica' zijn nog de originele Nederlandse invloeden te bezichtigen op de wand, namelijk de Delfts blauwe tegeltjes.

'Larix', gelegen op de eerste verdieping, is een toevluchtsoord geïnspireerd door de natuur. Het dient als auditorium met zitplaatsen voor zo een 290 gasten. Het interieur combineert natuurlijke elementen met moderne elegantie, met warme houtsoorten en aardse kleuren die zorgen voor een rustgevende sfeer. Moderne audiovisuele apparatuur, waaronder een 4K-projector en draadloze microfoons, maken 'Larix' geschikt voor toespraken en events.

'Ceder' biedt een verfijnde en uitnodigende omgeving geïnspireerd door de pracht van de Cederboom. Natuurlijke materialen en comfortabele meubels creëren een rustige sfeer, terwijl grote ramen uitzicht bieden op de weelderige tuinen. Moderne audiovisuele apparatuur maakt 'Ceder' een ideale setting voor diverse evenementen.

'Platanus' is een veelzijdige ruimte die kan worden ingericht voor verschillende soorten bijeenkomsten. De ruimte bevindt zich onder de nok van het dak, met grote houten dakspanten die zichtbaar zijn. Moderne audiovisuele apparatuur en interactieve schermen maken 'Platanus' ideaal voor zakelijke bijeenkomsten en presentaties.

'Quercus I & Quercus II' zijn afzonderlijke ruimtes die kunnen worden samengevoegd en bieden moderne elegantie gecombineerd met natuurlijke elementen. De ruimtes zijn voorzien van moderne audiovisuele apparatuur en bieden privacy voor verschillende soorten evenementen.

'Magnolia' straalt verfijning uit met een eigentijds interieur geïnspireerd door de magnoliaboom. Grote ramen bieden uitzicht op de weelderige tuinen, terwijl moderne voorzieningen zorgen voor comfort en gemak.

'Ginkgo' biedt een gastvrije sfeer geïnspireerd door de prachtige ginkgoboom. Het interieur combineert moderne elegantie met natuurlijke elementen, waardoor een warme en comfortabele sfeer ontstaat.

'Catalpa' is ideaal voor festiviteiten en biedt een verfijnde setting met moderne voorzieningen.

De 'Monastery Garden' is een rustgevende en serene tuin geïnspireerd door kloostertuinen, met weelderig groen en artistieke accenten.

'Eucalyptus' biedt een eigentijdse omgeving met moderne voorzieningen, terwijl 'Hevea' een unieke vergaderruimte is met moderne apparatuur en TechnoGym-apparatuur.



Figuur 86: Foto 'Platanus' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 87: Foto 'Quercus I' & 'Quercus II' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 88: Foto 'Ginkgo' Botanic Sanctuary



Figuur 89: Foto 'Monastery Garden' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 90: Foto 'Catalpa' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 91: Foto 'Eucalyptus' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 91: Foto 'Havea' Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 92: Foto Trappenhal Botanic Sanctuary [eigen beeld]

3.2.4 Lokale cultuur en authenticiteit

Binnen Botanic Sanctuary staat het koesteren en vieren van lokale cultuur en authenticiteit centraal. Dit wordt op verschillende manieren tot uiting gebracht.

Allereerst wordt de lokale culinaire traditie geëerd door gerechten aan te bieden die geïnspireerd zijn op lokale smaken en ingrediënten. Chef-koks werken nauw samen met lokale leveranciers en producenten om verse en seizoensgebonden ingrediënten te gebruiken, waardoor gasten een authentieke culinaire ervaring kunnen beleven die de lokale gastronomie weerspiegelt.

Daarnaast wordt lokale kunst en ambacht gestimuleerd door ruimte te bieden aan lokale kunstenaars en ambachtslieden om hun werk tentoon te stellen. Van schilderijen en sculpturen tot handgemaakte ambachten, het interieur van het hotel en de evenementruimtes worden verrijkt met lokale kunstwerken, waardoor gasten de kans krijgen om de artistieke diversiteit van de regio te ontdekken.

Verder worden er regelmatig culturele evenementen en activiteiten georganiseerd die de lokale cultuur en tradities in de schijnwerpers zetten. Dit kan variëren van muzikoptredens en dansvoorstellingen tot lezingen en workshops die gasten de kans bieden om meer te leren over de geschiedenis, kunst en tradities van de regio.

Tot slot speelt het historische erfgoed een belangrijke rol binnen Botanic Sanctuary. Het hotel is gevestigd in een historisch gebouw en bevindt zich in een omgeving die doordrenkt is van geschiedenis en erfgoed. Door rondleidingen aan te bieden die gasten kennis laten maken met de rijke geschiedenis van de omgeving, draagt het hotel bij aan het behoud en de bevordering van dit erfgoed.



Figuur 93: Foto invalide badkamer Botanic Sanctuary [eigen beeld]

3.2.5 Toegankelijkheid en universeel ontwerp

Binnen Botanic Sanctuary staat toegankelijkheid en universeel ontwerp hoog in het vaandel, waardoor gasten van alle achtergronden en met verschillende behoeften kunnen genieten van een comfortabel en inclusief verblijf.

Om te beginnen zijn de faciliteiten en voorzieningen van het hotel ontworpen met het oog op toegankelijkheid voor mensen met mobiliteitsbeperkingen. Dit omvat onder andere brede gangen, toegankelijke ingangen en liften, en speciaal ontworpen kamers en badkamers die voldoen aan de eisen voor rolstoelgebruikers. Daarnaast zijn er voorzieningen zoals hellingbanen en handgrepen geïnstalleerd om de toegang tot verschillende delen van het hotel te vergemakkelijken.

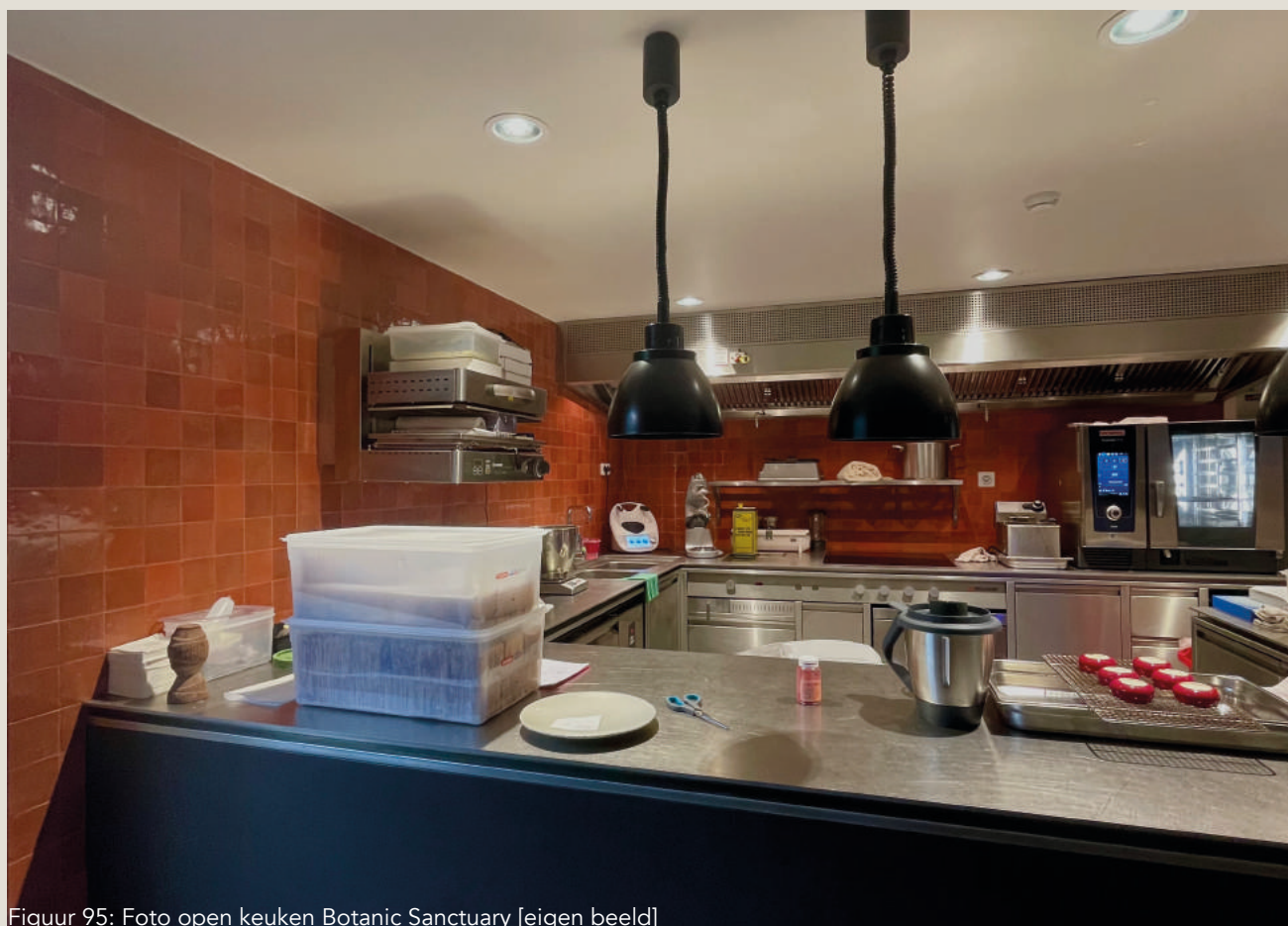
Naast fysieke toegankelijkheid wordt er ook rekening gehouden met andere aspecten van universeel ontwerp, zoals visuele en auditieve toegankelijkheid. Dit kan onder meer inhouden dat informatie in verschillende formaten wordt aangeboden, zoals braille of grootlettertekst, en dat er geluidsversterkingssystemen beschikbaar zijn voor gasten met gehoorproblemen.

Bovendien worden gasten met speciale dieetwensen of allergieën verzorgd door het aanbieden van menu-opties die voldoen aan verschillende voedingsbehoeften. Het personeel is getraind om te reageren op specifieke verzoeken en om ervoor te zorgen dat gasten met voedselallergieën of intoleranties veilig en met gemoedsrust kunnen dineren.

Tot slot wordt er binnen Botanic Sanctuary continu gewerkt aan het verbeteren van de toegankelijkheid en het universeel ontwerp, waarbij feedback van gasten een belangrijke rol speelt. Door te luisteren naar de behoeften en suggesties van gasten kunnen er verdere aanpassingen worden gedaan om ervoor te zorgen dat het hotel voor iedereen een gastvrije en comfortabele omgeving biedt.



Figuur 94: Foto plaats van leveringen Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 95: Foto open keuken Botanic Sanctuary [eigen beeld]

3.2.6 Logistiek

Binnen Botanic Sanctuary is een efficiënte logistieke werking essentieel om ervoor te zorgen dat alle aspecten van het hotel soepel verlopen. Dit omvat verschillende processen, zoals voorraadbeheer, personeelsplanning, facilitair beheer en evenementenorganisatie.

Voorraadbeheer is cruciaal om ervoor te zorgen dat alle benodigde materialen, van voedsel en drank tot schoonmaakbenodigdheden en kantoorartikelen, altijd beschikbaar zijn. Dit omvat het bijhouden van inventarisniveaus, het bestellen van nieuwe voorraden op tijd en het zorgen voor een efficiënte opslag en distributie van materialen. Alle logistieke ruimtes bevinden zich in de kelder. Dit gaat van grote frigo's voor voorraadbeheer van versproducten, tot de waszaal van het badlinnen. Het bedlinnen wordt door een extern bedrijf gewassen en weer geleverd. Alle leveringen gebeuren aan de linker zijde van het hotel. Hier is een aparte ingang voorzien speciaal voor leveranciers. Deze ligt aan de zijgevel van het hotel zodat alle leveringen uit het zicht van de gasten gebeuren.

Personeelsplanning is ook van groot belang om ervoor te zorgen dat er voldoende personeel beschikbaar is om de verschillende taken binnen het hotel uit te voeren. Dit omvat het plannen van werkroosters, rekening houdend met de behoeften van het hotel op verschillende momenten, zoals drukke weekenden of speciale evenementen.

Facilitair beheer richt zich op het onderhoud en de werking van de fysieke infrastructuur van het hotel, inclusief gebouwen, apparatuur en terreinen. Dit omvat het plannen en uitvoeren van regelmatig onderhoud, het oplossen van technische problemen en het coördineren van eventuele renovatie- of verbeteringsprojecten.

Evenementenorganisatie is een belangrijk onderdeel van de logistieke werking van Botanic Sanctuary, aangezien het hotel regelmatig verschillende soorten evenementen organiseert zoals vergaderingen, bruiloften, conferenties en sociale bijeenkomsten. Dit omvat het coördineren van alle aspecten van het evenement, van ruimteplanning en catering tot technische ondersteuning en gastenontvangst.

Al deze processen worden zorgvuldig gecoördineerd door het managementteam van Botanic Sanctuary om ervoor te zorgen dat het hotel efficiënt en effectief blijft functioneren en dat alle gasten een hoogwaardige ervaring genieten tijdens hun verblijf.



Figuur 96: Foto wijnkast Botanic Sanctuary [eigen beeld]



Figuur 97: Foto 'Het Gebaar' Botanic Sanctuary [eigen beeld]

La Butte aux Bois Lanaken



Figuur 98: Foto ingang La Butte aux Bois

3.3 La Butte aux Bois, Lanaken

Architect: PCP architects (Peter Cornoedus & Jochen Kerkhofs)
Interieurarchitect: Weygers, Chantal Duchateau

La Butte aux Bois, gelegen te Lanaken, staat bekend om zijn tijdloze elegantie en verfijnde gastvrijheid in een oase van rust. Het vijfsterren superior hotel bestaat in 2024 al honderd jaar. La Butte aux Bois heeft een intrigerende geschiedenis die teruggaat tot 1924 (La Butte Aux Bois, 2024).

Tijdens een rondleiding in het hotel vertelde ze dat het hoofdgebouw in de 12e eeuw een klooster van Cisterciënzer nonnen was. Door de eeuwen heen onderging het landgoed verschillende transformaties. In de 16e eeuw werd het omgevormd tot een landhuis en tijdens de Napoleontische oorlogen diende het zelfs als militair hospitaal.

In de 19e eeuw werd La Butte aux Bois omgebouwd tot een herenhuis in neogotische stijl door de adellijke familie de Villenfagne. Dit markeerde een periode van grandeur voor het landgoed. Echter, in de 20e eeuw veranderde het landgoed meerdere malen van eigenaar en functie. Zo heeft het gediend als school en vakantiehuis.

In 1986 onderging La Butte aux Bois echter een nieuwe transformatie, deze keer tot een luxueus hotel en gastronomisch restaurant. Sindsdien staat het bekend om zijn prachtige omgeving, culinaire hoogstandjes en luxe accommodaties. Het heeft zich gevestigd als een prominente bestemming, zowel voor lokale gasten als voor internationale reizigers die op zoek zijn naar ontspanning en verfijning in een historische setting (Cortenraedt, 2022).

3.3.1 Interieur

Het interieur van Hotel La Butte aux Bois ademt een sfeer van rust en elegantie, met een harmonieuze combinatie van klassieke en eigentijdse elementen. Dit doordat de eigenaar een voorliefde heeft voor alles van vroeger. Zo zijn er in het interieur echte dinoskeletten te vinden, alsook mineralen en kristallen. Verder is de inrichting verfijnd en stijlvol, met zorgvuldig geselecteerde meubels, rijke stoffen en prachtige kunstwerken die de ruimtes verrijken.

Er hebben verschillende interieurarchitecten doorheen de jaren kleine werken gedaan. De meest recente is die door Chantal Duchateau. Zij vertelde tijdens een interview (zie bijlage 2) dat ze er hielp met het inrichten van de bar. Door het gehele hotel hangt steeds een sfeer, een beleving. Iedere ruimte die je betreedt heeft een soort thema waarnaar ze ingericht zijn.



Figuur 99: Foto lobby La Butte aux Bois [eigen beeld]

Lobby

Bij het betreden van de lobby worden gasten verwelkomd door een sfeer van luxe en comfort. De ruime en uitnodigende lobby is prachtig ingericht met comfortabele zitplaatsen, warme kleuren en verfijnde decoratieve accenten. Het meubilair is een mix van vintage stukken waaronder de 'Ligne Roset Togo Fauteuil' en mooie decoratiestukken van mineralen of kristal. Het vriendelijke personeel staat altijd klaar om gasten te verwelkomen en te assisteren bij hun behoeften.

Direct opvallend bij binnenkomst zijn de drie receptiebalies die gedurende de hele dag bemand zijn. Hier worden klanten meteen gastvrij onthaald en geholpen. Er is een aparte ruimte voor het stockeren van bagage en het weghangen van jassen. De balie fungeert ook als een multifunctionele ruimte, wat later in de thesis uitvoerig wordt besproken.

Kamers

De kamers van Hotel La Butte aux Bois zijn elegant ingericht en bieden een oase van comfort en ontspanning voor gasten. Elke kamer is voorzien van luxe voorzieningen en moderne gemakken, zoals kingsize bedden, marmeren badkamers en prachtig uitzicht op de omliggende natuur.



Figuur 100: Foto 'Moonlight Suite' La Butte aux Bois

Andere faciliteiten

Hotel La butte aux Bois staat bekend om het tot rust komen in een natuurlijke omgeving. Daar bovenop hebben ze verschillende faciliteiten binnen hun hotel die bereikbaar zijn voor gasten, maar ook voor externe bezoekers waaronder een spa, bar, een twee-sterren restaurant alsook een bistro, enkele multifunctionele ruimtes, een shop en het maanlandschap.

Spa

De spa van hotel La Butte aux Bois is verdeeld in een 'natte zone' en een 'droge zone'. In de natte zone bevindt zich een zwembad, jacuzzi, een panorama sauna, hammam en belevingsdouches. De droge zones zijn dan bestemd voor massages, behandelkamers en een dermatoloog. De spa van Hotel La Butte aux Bois is een oase van rust en sereniteit, waar gasten kunnen genieten van een scala aan ontspannende behandelingen en therapieën. Van verkwikkende massages tot revitaliserende gezichtsbehandelingen, de spa biedt alles wat gasten nodig hebben om te ontspannen. Binnen de spa en wellness werkt het hotel samen met het merk 'shiseido'. Voor alle behandelingen van massages tot gezichtsbehandelingen gebruiken ze deze producten. De spa en wellness is ook beschikbaar voor niet-gasten. Het is steeds mogelijk om via de website een afspraak te maken voor een massage, een bezoek aan de dermatoloog aanwezig in de spa van het hotel of een ontspannende spa-dag.

Als we kijken naar het interieur dan zien we dat er veel raampartijen zijn om zo het buitengevoel naar binnen te trekken, alsook veel buitenpartijen en terrassen zodat de gasten volop kunnen genieten van de omgeving. In de wellness zelf maken ze dan ook gebruik van natuurlijke elementen en materialen zoals natuursteen voor de wandafwerking en hout voor de sauna's en stoombaden vanwege de warmtebestendigheid. De sauna is van 10 uur 's ochtends tot 18 uur 's avonds enkel beschikbaar voor volwassenen, om zo gasten in alle rust te laten genieten van hun behandelingen en privé-momenten.

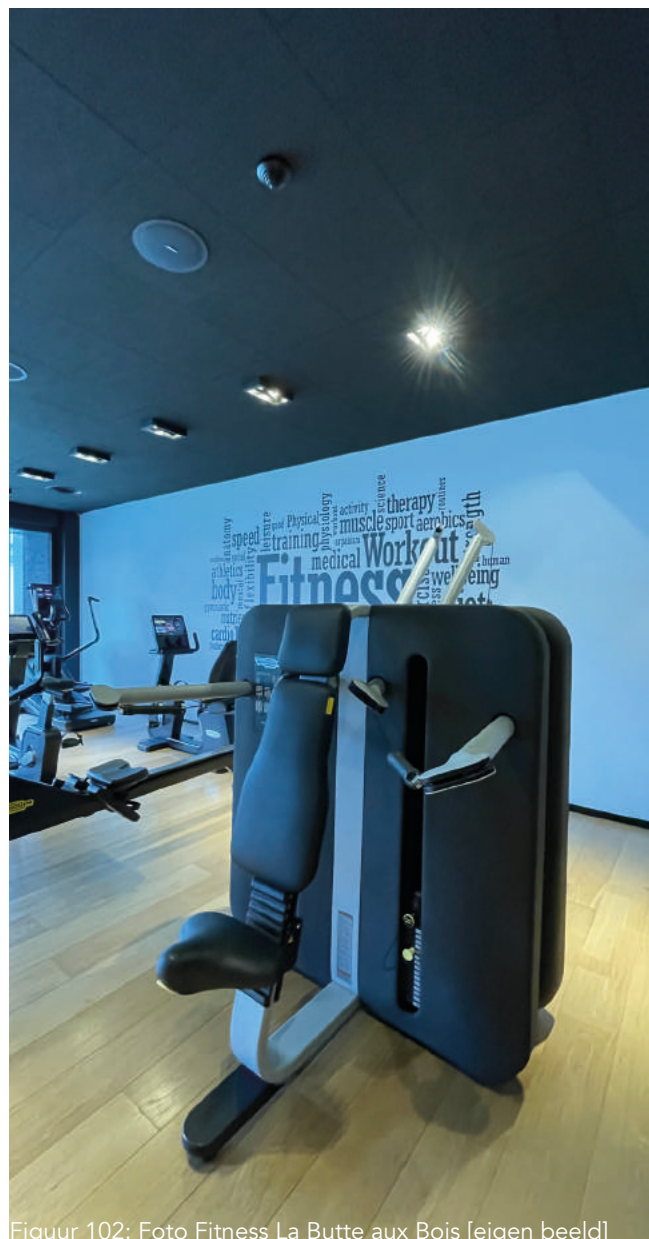
De kleedruimtes zijn voorzien van lockers en douches met alle voorzieningen zodat de gasten zich weer kunnen opfrissen, zoals shampoo en douchegel van Shiseido, alsook een haardroger.



Figuur 101: Foto Wellness La Butte aux Bois

Gym

De gym is enkel voorzien voor hotelgasten. Er staan verschillende apparaturen, zo kunnen gasten op hun eigen niveau in alle rust sporten. Ook is er een aparte ruimte voorzien waar groepslessen gegeven worden zoals full body workouts en yoga. In de zomer of op warme dagen worden de yogalessen ook buiten gegeven met een uitzicht op de natuur en omgeving van het hotel.



Figuur 102: Foto Fitness La Butte aux Bois [eigen beeld]

Bar

De bar werd ingericht door interieurarchitecte Chantal Duchateau in samenwerking met Dôme Deco. De bar weerspiegelt gezelligheid en warmte om gasten ten volle te doen genieten van hun consumptie. Deze is open voor gasten alsook niet-gasten. Er worden soms meetings gehouden door bedrijven, maar voornamelijk is de bar open voor publiek en gasten.



Figuur 103: Foto Bar La Butte aux Bois [eigen beeld]

Restaurant

Het hotel beschikt van een twee-sterren restaurant, alsook een bistro. Hier kunnen zowel hotelgasten reserveren als niet-hotelgasten.

Het restaurant van Ralf Berendsen in Hotel La Butte aux Bois biedt een culinaire ervaring van wereldklasse. Chef-kok Berendsen staat bekend om zijn creatieve benadering van de keuken en het gebruik van hoogwaardige seizoensgebonden ingrediënten. Het menu wordt regelmatig vernieuwd en gasten kunnen kiezen uit een uitgebreid à-la-cartemenu of een samengesteld menu. De sfeer is elegant en gastvrij, met een uitgebreide wijnkaart en attente service die de ervaring compleet maken.

De bistro genaamd 'Bistrôt Le Ciel' wordt door chef Pieter Beurskens omschreven als een combinatie van Frans-Belgische keuken. Dit met culinaire tradities van wereldwijde invloeden, resulterend in gerechten die zowel toegankelijk als verrassend zijn.

Het interieur van Le Ciel is doordrenkt met transparantie, waar een subtropische boom centraal staat en de overvloed aan decoratieve objecten in de ruimte accentueert. Deze objecten, zoals ammolieten, gogottes, kristallen, mineralen, versteend hout en edelstenen, zijn door Jochen Leën omgetoverd tot sieraden. Ze vormen natuurlijke en verfijnde verwijzingen naar onze planeet, die diepgeworteld zijn in de sfeer van La Butte aux Bois. Bovendien veranderen de bloesems van de boom per seizoen, waardoor Le Ciel een dynamisch element van de natuurlijke omgeving van het hotel wordt.

Bij mooi weer kunnen gasten genieten van de openlucht setting met een nieuwe buitenbar, omringd door groen. Het terras biedt de perfecte ambiance om te ontspannen met een cocktail of klassieke Gin-tonic.

In de bistro hangen bloesems die ieder seizoen veranderen van kleur. Alle bloemstukken op tafel en doorheen het gehele hotel worden onderhouden door een in-house bloemiste Anita.



Figuur 104: Foto restaurant 'Ralf Berendsen' La Butte aux Bois



Figuur 105: Foto 'Bistrôt Le Ciel' La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 106: Foto buitenbar La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 107: Foto ontbijtbuffet La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 108: Foto 'Bistrôt Le Ciel' La Butte aux Bois [eigen beeld]

Multifunctionele ruimtes

La Butte aux Bois biedt ook verschillende multifunctionele ruimtes waaronder, Sapphire met aansluitend de Sapphire Garden, Alexandrite, Tourmaline, Emerald, Eclipse. Deze ruimtes ontworpen met het oog op veelzijdigheid kunnen worden aangepast aan de specifieke eisen van elk evenement. Ze bieden gasten de mogelijkheid om te genieten van hoogwaardige faciliteiten en service in een prachtige omgeving. Daar bovenop beschikken ze nog over Le Bouleau en La Bûche. Deze ruimtes zijn voornamelijk voor bussinesmeetings.



Figuur 109: Foto meetingroom La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 110: Foto Shop 'Jochen Leën' La Butte aux Bois

Shop

De bar werd ingericht door interieurarchitecte Chantal duchateau in samenwerking met Dôme Deco. De bar weerspiegelt gezelligheid en warmte om gasten ten volle te doen genieten van hun consumptie. Deze is open voor gasten alsook niet-gasten. Er worden soms meetings gehouden door bedrijven, maar voornamelijk is de bar open voor publiek en gasten.

De materialen van de bar bestaan uit messing goud, koningsblauw velvet en marmeren afwerkingen. Al het meubilair is zorgvuldig uitgekozen door Dôme Deco om een hoogwaardige afwerking te garanderen. Ook hangt er een zwoele sfeer door de juist gekozen verlichting in de bar.

Het maanlandschap

Dit is een ruimte waar echte stukken van de maan tentoongesteld worden. Omdat ze dit als een exclusieve ervaring willen houden geven ze hier weinig tot geen info of foto's van. De bedoeling van dit maanlandschap is om een speciale beleving te creëren binnen het hotel en zo gasten van buitenaf aan te spreken dit landschap te bezoeken.



Figuur 111: Foto meteoriet La Butte aux Bois



Figuur 112: Foto 'Maanlandschap' La Butte aux Bois



Figuur 113: Foto lobby La Butte aux Bois [eigen beeld]

3.3.2 Hospitality

La Butte aux Bois staat bekend om zijn uitstekende gastvrijheid en toewijding aan het bieden van een onvergetelijke ervaring aan elke gast. Het hotel heeft een reputatie opgebouwd voor zijn persoonlijke service, aandacht voor detail en luxe voorzieningen. En dit alles enkel al bij het binnenkomen van het hotel.

Bij aankomst worden gasten vaak hartelijk verwelkomd door het personeel, dat er alles aan doet om ervoor te zorgen dat hun verblijf zo aangenaam mogelijk verloopt. Of het nu gaat om het dragen van bagage, het regelen van vervoer of het verstrekken van informatie over de omgeving, het personeel van La Butte aux Bois staat altijd klaar om te helpen.

De accommodaties in La Butte aux Bois variëren van elegante kamers tot luxueuze suites, waaronder de missoni-suite, allemaal ingericht met oog voor detail en comfort. Gasten kunnen genieten van moderne voorzieningen zoals comfortabele bedden, luxe badkamers en gratis wifi.

Het gastronomische restaurant van La Butte aux Bois biedt een culinaire ervaring waar gasten kunnen genieten van heerlijke gerechten bereid met verse en lokale ingrediënten. Het restaurant staat bekend om zijn verfijnde menu's, uitgebreide wijnkaart en attente service.

Al bij al staat La Butte aux Bois bekend om zijn uitstekende gastvrijheid en luxe voorzieningen, waardoor het een populaire bestemming is voor zowel zakelijke reizigers als vakantiegangers die op zoek zijn naar een buitengewone verblijfservaring.



Figuur 114: Foto 'Saphire' La Butte aux Bois



Figuur 115: Foto 'Saphire Garden' La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 116: Foto 'Alexandrite' La Butte aux Bois



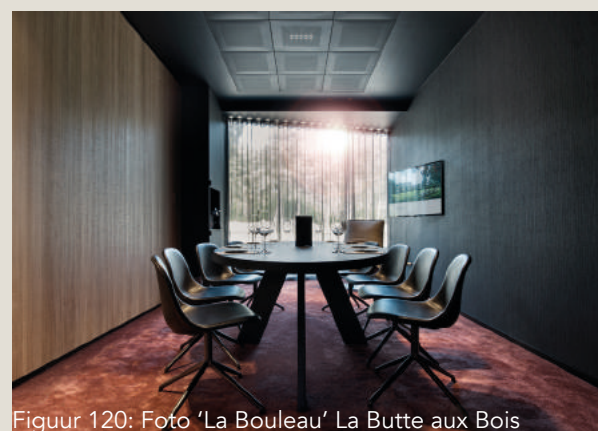
Figuur 118: Foto 'Emerald' La Butte aux Bois



Figuur 117: Foto 'Tourmaline' La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 119: Foto 'Eclipse' La Butte aux Bois



Figuur 120: Foto 'La Bouleau' La Butte aux Bois

3.3.3 Ruimtelijke optimalistie

Ruimtelijke optimalisatie vormt een essentieel aspect van het ontwerp en de indeling van de faciliteiten binnen Hotel La Butte aux Bois. Het streven naar efficiënt ruimtegebruik en het maximaliseren van de functionaliteit van elke ruimte zijn kernprincipes die door het hele hotel worden toegepast. Dit komt tot uiting in de diverse multifunctionele ruimtes die beschikbaar zijn voor verschillende doeleinden.

Een van deze ruimtes is de Saphire, gelegen in het nieuwere gedeelte van het hotel. Met een oppervlakte van 300 m² en een capaciteit van 450 gasten, biedt deze ruimte een veelzijdige setting voor zowel privé- als openbare evenementen, variërend van trouwfeesten tot tentoonstellingen. Aangrenzend aan de Saphire bevindt zich de Saphire Garden, een tuin van eveneens 300 m² die naadloos kan worden geïntegreerd in het geheel van de zaal, waardoor gasten kunnen genieten van een uitbreiding van de ruimte naar buiten.

Naast de Saphire bevindt zich de Alexandrite, een afgeschermd ruimte van 175 m² die kan worden geopend om samen te worden gebruikt met de Saphire. Met een capaciteit van 150 gasten biedt de Alexandrite ook mogelijkheden voor diverse evenementen, inclusief een eigen bar voor het gemak van de gasten.

In het 'Manoir' van het hotel zijn er nog meer multifunctionele ruimtes, zoals Tourmaline, een sfeervolle ruimte van 40 m² met een capaciteit van 35 gasten, ideaal voor zakelijke bijeenkomsten of intieme vergaderingen. Naast Tourmaline bevindt zich Emerald, een vergelijkbare ruimte zonder open haard, maar met dezelfde capaciteit en toepassingen.

Verder in het 'Manoir' is Eclipse te vinden, een onlangs gerenoveerde ruimte van 50 m² met een capaciteit van 40 gasten, die dezelfde veelzijdigheid biedt als de voorgaande ruimtes.

Op de gelijkvloerse verdieping van het hotel bevinden zich twee meetingrooms, Le Bouleau en La Bûche, beide met een oppervlakte van 30 m² en een capaciteit van 6 gasten. Deze kamers zijn uitgerust met alle benodigde voorzieningen voor zakelijke bijeenkomsten en bieden bovendien een prachtig uitzicht op de omgeving van het hotel.

Elke ruimte is ontworpen met veelzijdigheid in gedachten en kan worden aangepast aan de specifieke behoeften van elk evenement. Gasten kunnen genieten van eerste klas faciliteiten en service te midden van een prachtige omgeving, wat hun ervaring in La Réserve onvergetelijk maakt.



Figuur 121: Foto Tuin met zicht op wellness La Butte aux Bois

3.3.4 Lokale cultuur en Authenticiteit

De naam "La Butte aux Bois" verwijst naar de omgeving van het hotel en betekent letterlijk "de heuvel van de bossen". Deze omgeving wordt gekenmerkt door weelderige bossen, glooiende heuvels en een vredig, schilderachtig landschap. Gelegen in Lanaken grenst het hotel aan het Nationaal Park Hoge Kempen, een van de beschermde natuurgebieden van België. Dit park biedt uitgestrekte bossen, heidevelden, vennen en een diversiteit aan flora en fauna, waardoor het een ideale bestemming is voor natuurliefhebbers, wandelaars en fietsers.

De naam "La Butte aux Bois" weerspiegelt niet alleen de fysieke omgeving van het hotel, maar ook de band met de natuurlijke schoonheid en sereniteit van het landschap waarin het zich bevindt. Dit draagt bij aan de charme en aantrekkingskracht van het hotel, en biedt gasten de mogelijkheid om te genieten van een vredig toevluchtsoord te midden van de natuur.

Hotel La Butte aux Bois heeft een rijke geschiedenis. Het hoofdgebouw diende ooit als klooster voor Cisterciënzer nonnen en heeft sindsdien verschillende functies gehad voordat het werd omgevormd tot een hotel. Het 'Manoir', het hoofdgebouw van het hotel, is volledig gerenoveerd naar moderne normen, maar behoudt nog steeds de charme van het oorspronkelijke gebouw. De authentieke stijl van het 'Manoir' vormt een prachtig contrast met de natuurlijke omgeving van het hotel.

Tijdens de bouw van het nieuwe gedeelte van het hotel werd er rekening gehouden met de omgeving. Een lange verbindingsgang, volledig van glas, werd ontworpen om de natuur naar binnen te brengen. Bijna alle kamers zijn voorzien van grote ramen om de natuurlijke schoonheid naar binnen te halen. De locatie van het hotel is dan ook een van zijn grootste troeven.

De natuur wordt ook weerspiegeld in de materiaalkeuzes van het hotel. Zo zijn er bijvoorbeeld een moswand in de bistro en natuurstenen wandafwerkingen in de spa. De kunstwerken en decoratiestukken zijn een combinatie van edelstenen en mineralen, wat de passie van de hoteleigenaar voor natuurlijke schoonheid benadrukt. Op verschillende plaatsen in het hotel zijn zelfs skeletten van dinosauriërs te bewonderen, waardoor de verbinding met de natuur nog verder wordt versterkt.



Figuur 122: Foto invalide badkamer La Butte aux Bois

3.3.5 Toegankelijkheid en universeel ontwerp

La Butte aux Bois streeft naar een gastvrije omgeving die toegankelijk is voor alle gasten, inclusief mensen met speciale behoeften. Dit omvat diverse maatregelen die gericht zijn op het verbeteren van de toegankelijkheid en het implementeren van een universeel ontwerp binnen het hotel.

Op de gelijkvloerse verdieping van zowel het hotel als de vila zijn enkele kamers voorzien voor mindervalide. In La Butte aux Bois hebben ze er rekening mee gehouden om ongeveer 10% van de kamers te voorzien voor mindervaliden. Ook is het hotel voorzien van liften, brede gangen en aangepaste badkamers. Deze badkamers zijn voorzien van beugels bij het toilet en in de douche, evenals een verlaagde wastafels en spiegels.

Naast fysieke toegankelijkheid worden ook visuele hulpmiddelen aangeboden, zoals brailleknoppen in de liften en ondertitelde televisies, om tegemoet te komen aan gasten met visuele of auditieve beperkingen.

Alle openbare ruimtes, zoals de lobby, de restaurants en recreatiegebieden, worden ontworpen met het oog op toegankelijkheid voor alle gasten, inclusief die met mobiliteitsbeperkingen. Het personeel wordt grondig getraind om bewust te zijn van de behoeften van gasten met speciale behoeften en om hen op een respectvolle en behulpzame manier te kunnen bedienen.

Kortom, La Butte aux Bois streeft ernaar om een inclusieve omgeving te bieden waar alle gasten zich welkom en comfortabel voelen, ongeacht hun individuele behoeften en beperkingen.



Figuur 123: Foto waszaal La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 124: Foto Beging La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 125: Foto Atelier Bloemist La Butte aux Bois [eigen beeld]



Figuur 126: Foto Personeelsruimte La Butte aux Bois [eigen beeld]

3.3.6 Logistiek

De logistieke werking binnen La Butte aux Bois omvat verschillende cruciale aspecten die allemaal bijdragen aan een soepel en efficiënt beheer van het hotel.

Alle logistieke ruimtes bevinden zich grotendeels in de kelder, alsook op de gelijkvloerse verdieping. Een belangrijk onderdeel is het voorraadbeheer, waarbij zorgvuldig wordt gepland en bijgehouden welke items nodig zijn, zoals voedsel en drank, beddengoed, toiletartikelen en andere gastvoorzieningen. Het beddengoed binnen La Butte aux Bois wordt gewassen door een extern bedrijf, de handdoeken en kamerjassen worden in-house gewassen. Het hotel moet ook personeelsplanning coördineren, inclusief dienstroosters, vakanties en verlof, om ervoor te zorgen dat er altijd voldoende personeel aanwezig is om aan de operationele behoeften te voldoen.

Faciliteitenonderhoud is een ander cruciaal aspect, waarbij regelmatig onderhoud aan kamers, gemeenschappelijke ruimtes, tuinen en terreinen wordt uitgevoerd, samen met eventuele reparaties en renovaties. De opbergruimte van de housekeeping bevindt zich in de kelder. Daar hebben ze hun eigen opberghok met alle nodige spullen voor het schoonmaken van de kamers. Gastenservices zoals inchecken, uitchecken, roomservice en schoonmaak moeten ook naadloos verlopen om een hoogwaardige ervaring voor gasten te garanderen. Vaak gebeurt het schoonmaken van de gastenkamers wanneer de gasten zich bevinden aan het ontbijt.

De leveringen van versproducten gebeuren aan de achtergevel van het hotel. Zo hebben leveranciers alle plaats en vrijheid om koelwagens te parkeren en met karren de verse producten rechtstreeks in de keuken of de daarvoor voorzienen koelcel te plaatsen. Vanuit deze koelcel gaan de producten verder naar de verschillende keukens. Er is een aparte keuken aan het twee-sterrenrestaurant. Deze keuken is verbonden met alle andere logistieke doorgangen zodat versproducten en andere producten ongezien vervoerd kunnen worden. De aparte keuken van het twee-sterrenrestaurant is een open keuken, zo kunnen gasten steeds zien hoe de gerechten klaargemaakt worden om zo een speciale ervaring te creëren. De twee andere keukens liggen achter gesloten deuren. Er is enerzijds een voorbereidingskeuken waar alle gerechten voor de bistro klaargemaakt worden. Anderzijds is er de patisserie keuken, hier wordt het ontbijtbuffet voorbereid en klaargemaakt. Aan het ontbijt is nog een verskeuken voorzien, dit is opnieuw een open keuken waar klanten verse sinaasappelsap kunnen halen, smoothies, koffies of andere speciale dranken en voeding.

De kleine leveringen, zoals bijvoorbeeld drukwerk, worden aan de voorgevel geleverd bij de lobby. Zo is er steeds een overzicht van wat er exact geleverd wordt.

Veiligheid en beveiliging spelen een belangrijke rol in de logistiek van het hotel, met implementatie van veiligheidsprotocollen, toezicht op de toegang tot het pand en ervoor zorgen dat alle nooduitgangen en brandveiligheidsvoorzieningen goed functioneren.

Al deze aspecten van logistiek worden zorgvuldig gecoördineerd om ervoor te zorgen dat La Butte aux Bois efficiënt kan opereren en gasten een onvergetelijke ervaring kan bieden tijdens hun verblijf.



Figuur 127: Foto interieur 'Ralf Berendsen' La Butte aux Bois



Figuur 128: Foto 'Missoni Suite' La Butte aux Bois

3.4 Analyse case studies

De verschillende case studies worden met elkaar vergeleken op basis van vijf ontwerpstrategieën.

1. Hospitality
2. Ruimtelijke optimalisatie
3. Lokale cultuur en authenticiteit
4. Toegankelijkheid en universeel ontwerp
5. Logistiek

Hotel La Réserve, Knokke

Hotel La Réserve onderscheidt zich door het bieden van een gastvrije ervaring door middel van attent personeel en gepersonaliseerde diensten, waardoor gasten zich direct thuis voelen. De ruimtelijke optimalisatie zorgt voor een naadloze stroom van activiteiten en een gevoel van comfort en luxe. Door lokale cultuur en authenticiteit te integreren in het ontwerp, biedt het hotel een unieke en authentieke ervaring die de lokale gemeenschap weerspiegelt. Toegankelijkheid en universeel ontwerp worden gegarandeerd door de inclusie van voorzieningen en faciliteiten die tegemoetkomen aan alle gasten, ongeacht hun behoeften. Ten slotte zorgt een doordachte logistiek ervoor dat alle aspecten van het verblijf soepel verlopen, van aankomst tot vertrek, waardoor gasten een zorgeloze ervaring hebben.

Hotel Botanic Sanctuary, Antwerpen

Botanic Sanctuary Antwerpen biedt een warme en gastvrije sfeer door persoonlijke service en aandacht voor de behoeften van de gasten. Het ontwerp is gericht op ruimtelijke optimalisatie, waarbij de beschikbare ruimte wordt gemaximaliseerd en een harmonieuze omgeving wordt gecreëerd die gasten in staat stelt te ontspannen en te genieten van de natuurlijke schoonheid. Het hotel integreert lokale flora, fauna en culturele elementen, waardoor gasten een authentieke ervaring krijgen die de lokale omgeving weerspiegelt. Bovendien zorgt Botanic Sanctuary Antwerpen voor toegankelijkheid voor alle gasten, ongeacht hun behoeften of beperkingen, en een efficiënte logistiek voor een naadloze ervaring.

La Butte aux Bois, Lanaken

La Butte aux Bois staat bekend om zijn uitstekende gastvrijheid en persoonlijke benadering, waardoor gasten zich direct thuis voelen. Het hotel maakt optimaal gebruik van de beschikbare ruimte, met aandacht voor comfort en luxe in elke hoek van het pand. Door de lokale cultuur en tradities te weerspiegelen in de architectuur, inrichting en culinaire aanbod, biedt La Butte Aux Bois gasten een authentieke regionale ervaring. Bovendien is het hotel toegankelijk voor alle gasten, inclusief die met speciale behoeften, dankzij voorzieningen en faciliteiten die rekening houden met diversiteit en inclusie. Een efficiënte logistiek zorgt ervoor dat gasten zich kunnen concentreren op het genieten van hun verblijf zonder zich zorgen te hoeven maken over praktische zaken.

3.4.1 Besluit

De succesvolle implementatie van de vijf ontwerpstrategieën – hospitality, ruimtelijke optimalisatie, lokale cultuur en authenticiteit, toegankelijkheid en universeel ontwerp en logistiek – illustreert de sleutelementen die luxe hotels onderscheiden. Door zich te richten op een warme gastvrijheid, efficiënte ruimtelijke planning, het integreren van lokale culturele elementen, het waarborgen van toegankelijkheid voor alle gasten en het handhaven van een soepele logistiek, kunnen luxe hotels een onvergetelijke ervaring bieden die verder gaat dan alleen accommodatie. Deze strategieën vormen de ruggengraat van de luxehotelsector en dragen bij aan het creëren van een sfeer van exclusiviteit, comfort en goede service voor veeleisende gasten.



Figuur 129: Foto 'Private Dining' La Butte aux Bois

04 Conclusie

Conclusie

De bevindingen uit het onderzoek naar hospitality in de hotelsector bieden waardevolle inzichten die kunnen worden toegepast in de retailomgeving. Door een focus op gastgerichtheid en het leveren van uitmuntende service, kunnen retailers een gastvrije sfeer creëren die klanten aantrekt en behoudt.

Ruimtelijke optimalisatie, een cruciaal aspect in de hotelsector, kan ook worden toegepast in de retaildesignsector. Door slimme winkelindelingen en een efficiënte doorstroming van klanten te realiseren, kunnen retailers de functionaliteit van hun winkelruimtes maximaliseren en de algehele winkelervaring verbeteren.

Het integreren van lokale cultuur en authenticiteit, zoals vaak te zien is in luxe hotels, kan een unieke en gedenkwaardige winkelervaring creëren voor klanten. Door elementen van lokale cultuur en tradities op te nemen in het winkelontwerp, kunnen retailers een emotionele band met hun klanten opbouwen en zich onderscheiden van de concurrentie.

Daarnaast kunnen retailers lessen trekken uit de hotelsector op het gebied van toegankelijkheid en universeel ontwerp. Door ervoor te zorgen dat hun winkels toegankelijk zijn voor alle klanten, ongeacht hun capaciteiten, kunnen retailers een inclusieve omgeving creëren waar iedereen zich welkom voelt.

Tot slot kunnen logistieke inzichten uit de hotelsector retailers helpen bij het optimaliseren van hun operationele processen. Efficiënt voorraadbeheer, slimme personeelsplanning en effectieve operationele planning kunnen bijdragen aan een soepele werking van de winkel en een betere winkelervaring voor klanten.

Door deze principes en best practices uit de hotelsector toe te passen, kunnen retailers innovatieve en succesvolle retaildesignoplossingen ontwikkelen die voldoen aan de behoeften en verwachtingen van hun klanten.

05 Masterproject

Voor mijn masterproject heb ik gekozen voor het lingeriemerk genaamd Marlies Dekkers. Deze keuze is voortgekomen uit een grondige overweging van de service die lingeriewinkels bieden. Van het helpen bij het vinden van de juiste maat tot het afrekenen aan de kassa.

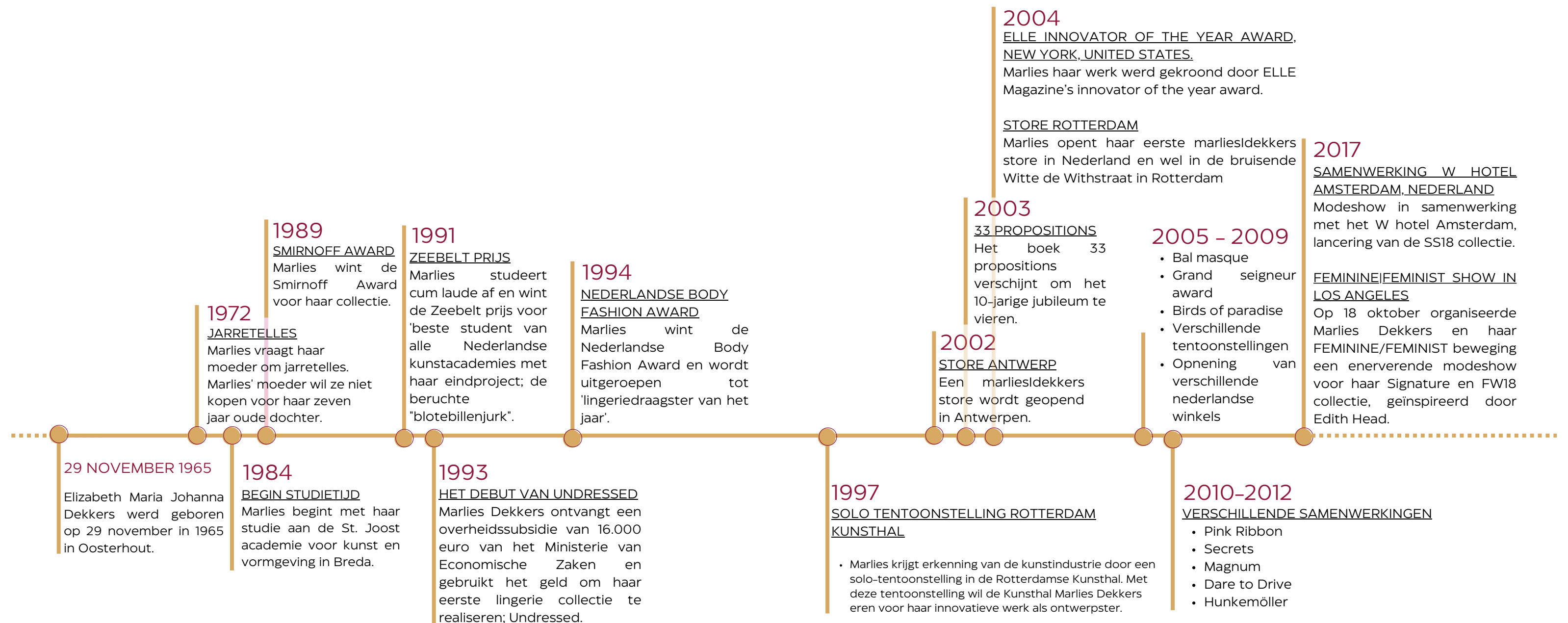
5.1. Merkanalyse

Marlies Dekkers is een Nederlands lingeriemerk dat zijn eerste vestiging opende in 2005, gelegen in het bruisende hart van Amsterdam.

De ontwerpster, Marlies Dekkers zelf, groeide op in een werkmilieu in Oosterhout. Haar creatieve reis bracht haar naar de Academie voor Beeldende Kunsten Sint-Joost in Breda, waar ze in 1991 cum laude afstudeerde. Ze verwierf bekendheid met haar afstudeerproject, een ontwerp dat de "blotebillenjurk" werd genoemd, waarbij de voorkant van de jurk bedekt was maar de achterkant de billen van de drager onthulde. Met financiële steun van de overheid lanceerde ze in 1993 haar eerste lingerielijn, genaamd Undressed (Marlies Dekkers, z.d.).

Marlies Dekkers verwierf bekendheid met haar lingerie die bekend staat om de kenmerkende bandjes die de borsten en andere lichaamsdelen zoals de billen en taille accentueren. Haar merk omvat verschillende collecties, waaronder de Signature-collectie, de Couture-collectie, de Style-collectie en de Swimwear-collectie. Marlies merkte op dat lingerie nog te vaak door mannen, voor mannen gemaakt werd. Ze streeft ernaar dit taboe te doorbreken. Naar eigen zeggen ontwerpt ze lingerie "voor vrouwen, door vrouwen", met als doel vrouwen zelfvertrouwen te geven en zich krachtig te laten voelen. Een vrouwelijke benadering, doordacht design en een perfecte pasvorm vormen de kernprincipes van haar lingerieontwerpen (Marlies Dekkers, z.d.).

‘Dare to dream, dare to grow, dare to be’
–Marlies Dekkers



Figuur 130: Tijdlijn Marlies Dekkers [eigen beeld]

Gedurfd en provocerend

“Ik haal mijn inspiratie uit kunst en architectuur”

Persoonlijke ervaringen en emoties

Moderne en avant-garde stromingen

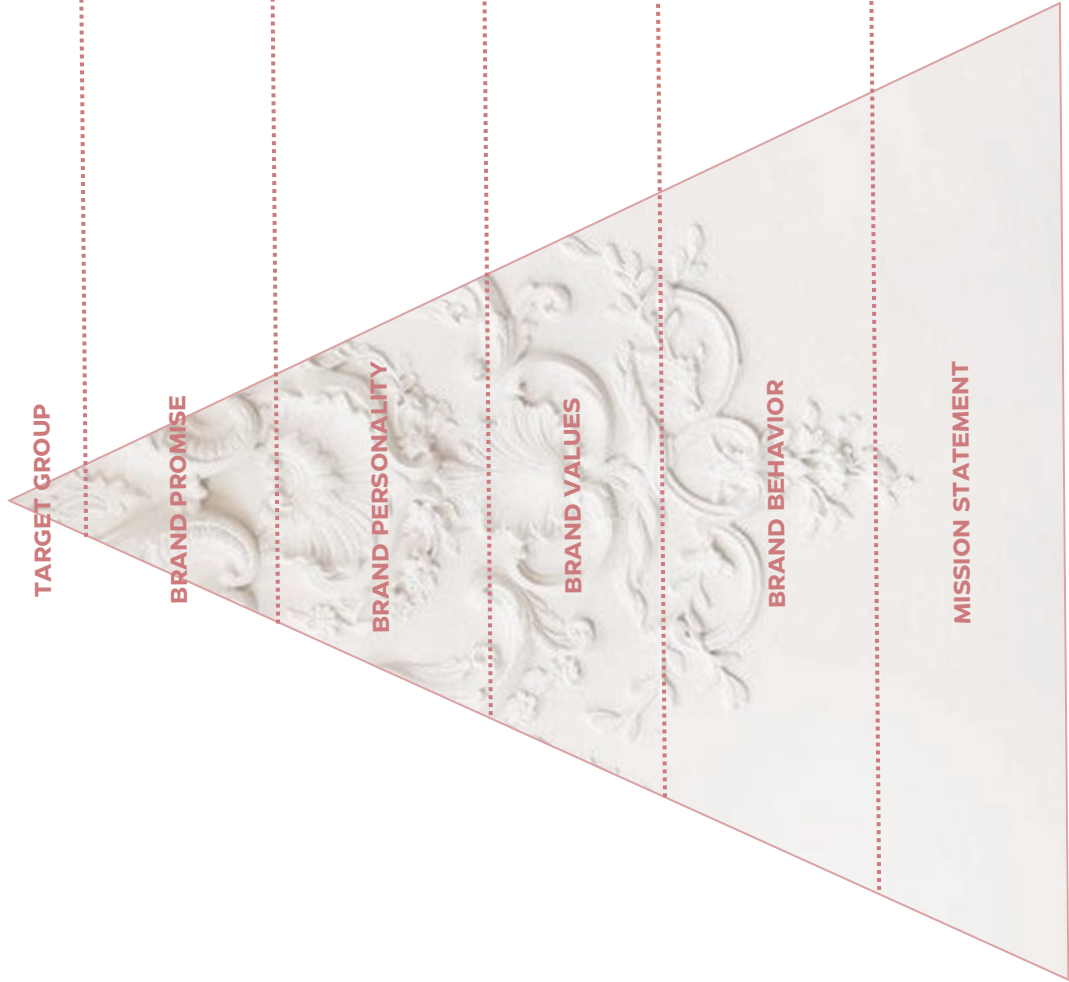
Kunstwerken of architectonische vormen

kleuren, texturen en patronen

Vrouwelijkheid en empowerment

Reizen en culturele invloeden

Feministische ideeën



Zelfbewuste, modebewuste vrouwen die op zoek zijn naar hoogwaardige en stijlvolle lingerie en badkleding
vaak met een unieke en gedurfde stijl.
Deze doelgroep omvat vaak vrouwen van verschillende leeftijden die waarde hechten aan kwaliteit en design.

Richt zich vaak op het empoweren van vrouwen en het bevorderen van zelfvertrouwen. Haar lingerie en badmode worden gepresenteerd als meer dan alleen functionele kledingstukken, maar als een manier voor vrouwen om hun individualiteit en zelfexpressie te uiten. Marlies Dekkers staat bekend om haar gedurfde ontwerpen die de vrouwelijke vormen accentueren en zelfverzekerdheid uitstralen. Haar merk belooft vaak een combinatie van hoogwaardige kwaliteit, innovatief design en een gevoel van kracht en zelfvertrouwen voor de vrouwen die haar creaties dragen.

- Gedurfd
- Eigentijds
- Zelfverzekerd
- Sensueel
- Innovatief
- Empowerend

- Zelfexpressie
- Zelfvertrouwen
- Kwaliteit
- Empowerment
- Innovatie

Marlies Dekkers onderscheidt zich met gedurfde en innovatieve ontwerpen in luxe lingerie en badmode. Haar merk belichaamt zelfexpressie en empowerment voor vrouwen, met hoogwaardige producten die comfort en duurzaamheid combineren. Klantgerichtheid en maatschappelijk bewustzijn versterken de sterke band tussen het merk en haar klanten, waardoor Marlies Dekkers een toonaangevende positie in de mode-industrie inneemt.

Het doel is om het zelfvertrouwen van vrouwen wereldwijd te vergroten door prachtige lingerie en badmode te creëren waarin vrouwen zich zowel sexy als comfortabel voelen.

Figuur 131: Brandprism Marlies Dekkers [eigen beeld]

Eva van Dijk

- Leeftijd: 45
- Geslacht: Vrouw
- Beroep: CEO van een techbedrijf

Hi, ik ben Eva van Dijk, de CEO van een technologiebedrijf in Eindhoven, Nederland. Met haar masterdiploma in technologie heeft ze een stevige positie veroverd in de techsector, waar ze een dynamische en veelzijdige carrière heeft opgebouwd.

Als CEO leid ik een druk leven, waarbij ik mijn zakelijke verantwoordelijkheden combineer met mijn betrokkenheid bij initiatieven die vrouwen ondersteunen en empoweren. Mijn agenda is gevuld met strategische vergaderingen, bedrijfsontwikkeling en bijeenkomsten gericht op het promoten van vrouwelijk talent in de technologiewereld.

Ik omschrijf mijn stijl als eigentijds en verfijnd, met een subtiele edgy flair die mijn professionele uitstraling compleet maakt. Vaak kies ik voor kleding en accessoires om mijn zelfzekerheid en autoriteit te benadrukken, terwijl ik mijn eigen unieke stijl behoud.

In mijn schaarse vrije tijd omarm ik culturele evenementen, zoals kunsttentoonstellingen en theatervoorstellingen. Dit probeer ik zo veel mogelijk met vrienden en familie te doen. Ik vind ook enorm veel vreugde in het doorbrengen van quality time met vrienden en familie, zoals samen lunchen of 's avonds allemaal samen te eten.

Mijn leven is momenteel een balans tussen zakelijke verantwoordelijkheden, maatschappelijke betrokkenheid en persoonlijke vervulling, waardoor ik onbewust een inspirerende rol ben voor vrouwen in de techsector en daarbuiten.

PHILIPS **TOM FORD**
Charlotte Tilbury **JACQUEMUS**



Figuur 132: Persona één [eigen beeld]

Sophie Duchateau

- Leeftijd: 30
- Geslacht: Vrouw
- Beroep: Marketingmanager

Hi ik ben Sophie Duchateau, een ambitieuze marketingmanager bij een creatief bureau in Brussel. Ik houd van de bruisende energie van de stad en heb een passie voor kunst, design en moderne cultuur. Met mijn eigentijdse en verfijnde stijl probeer ik creativiteit uit te stralen, gekenmerkt door edgy details en opvallende accessoires die mijn persoonlijkheid benadrukken.

Ik heb een diepe bewondering voor Marlies Dekkers vanwege haar gedurfde ontwerpen en haar vermogen om lingerie te transformeren tot krachtige statements van zelfvertrouwen en empowerment. Voor mij is Marlies Dekkers meer dan alleen een linteriemark; het is een symbool van vrouwelijke kracht en zelfexpressie waar ze zich mee identificeert en waar ze door geïnspireerd wordt.

Ik vind inspiratie in de levendige kunst- en modescene's van Brussel. Ik dompel mezelf onder in kunsttentoonstellingen, modeshows en exclusieve evenementen in de stad, waar ik mijn liefde voor creativiteit en vernieuwing kan voeden. Voor mij is het ontdekken van nieuwe artistieke perspectieven en het verkennen van grenzen een essentieel onderdeel van mijn leven en mijn identiteit.

Mijn leven is een balans tussen professionele ambities, liefde voor kunst en verlangen naar zelfexpressie. Voor mij is het dragen van Marlies Dekkers lingerie niet alleen een kwestie van stijl, maar ook van het omarmen van mijn eigen kracht en het vieren van mijn unieke individualiteit.



Figuur 133: Persona twee [eigen beeld]

5.2 Concept

5.2.2 Concepttekst

Marlies Dekkers CONCEPT

Met mijn concept store, wil ik je graag meenemen op een inspirerende reis door de wereld van Marlies Dekkers en mijn 'My Muse' concept.

Marlies Dekkers vindt haar creatieve vonk in diverse bronnen, waarvan kunst, vooral vrouwelijke kunst, een belangrijke inspiratiebron vormt. Elke collectie wordt geïnspireerd door een specifieke 'muze' - een vrouwelijke kunstenaar of artiest wiens werk de ontwerpen van Dekkers doordrenkt met een extra laag van diepgang en betekenis, waardoor een unieke en krachtige uitdrukking van creativiteit ontstaat.

Gelegen in de bruisende wijk van de Grote Zavel in Brussel, omringd door een schat aan kunstgaleries en antiekwinkels, past mijn concept store perfect in deze omgeving. De Grote Zavel staat bekend om zijn diverse selectie van hedendaagse kunst, antiek en design, waardoor het een boeiende trekpleister is voor liefhebbers van kunst.

In deze concept store wil ik de kern van Marlies Dekkers' creaties belichten en haar bronnen van inspiratie onthullen. Het complete assortiment, waaronder haar signature, style, couture en swimwear lijnen, wordt hier gepresenteerd. Verspreid door de winkel zijn verschillende lingeriestukken tentoongesteld als artistieke werken, elk geïnspireerd door een vrouwelijke artiest. Ook de lingeriestukken die gedragen werden door bekende personen en deel uitmaakten van Marlies' collecties, zullen in de winkel te bewonderen zijn.

5.2.2 Conceptboard



Figuur 134: Conceptboard [eigen beeld]

5.3 Pand en locatie

Voor de intergratie van het concept zocht ik een locatie in een levendige en creatieve omgeving. Na zorgvuldige overweging ben ik uitgekomen op het pand gelegen aan de Grote Zavel 43 in Brussel.

De buurt staat bekend om zijn prachtige architectuur, geplaveide straten en elegante pleinen. Eén van de meest opvallende kenmerken van de Grote Zavel is de grote verscheidenheid aan antiekwinkels, kunstgaleries, boetiekjes en chique boetiekhotels die de buurt sieren. Hierdoor trekt de buurt niet alleen toeristen aan, maar ook liefhebbers van kunst, antiek en design.

Na mijn bezoek aan het archief van Brussel, voor het opvragen van de plannen van het pand, heb ik heel wat nuttige informatie opgedaan.

Op deze manier ontdekte ik de fascinerende geschiedenis van het gebouw. Het diende ooit als een restaurant, vervolgens als een chocoladewinkel, en nu huisvest het één van de vestigingen van 'YellowKorner'. Het gebouw is volledig gerenoveerd en voldoet aan de moderne normen. De Be-slissende factor voor de keuze van dit pand was de authentieke sfeer ervan, gecombineerd met de ruwe uitstralingen van het interieur.



Figuur 135: Pand Grote Zavel 43, Brussel [eigen beeld]



Figuur 136: Locatie [eigen beeld]

Grote Zavel 43 - 1000 Brussel

Grondplan

5.4 Grondplan

Met dit masterproject wil ik aantonen hoe wij als retaildesigners kunnen leren van de ontwerpstrategieën binnen de luxe hotelsector.

Nu het concept, het pand en de locatie verduidelijkt zijn, licht ik graag toe hoe ik de geselecteerde vijf ontwerpstrategieën heb toegepast binnen mijn conceptstore.

Als eerste heb ik gefocust op hospitality, wat direct merkbaar is bij het betreden van de winkel. Bij binnenkomst staat rechts van de ruimte als centraal element een kassa, waardoor klanten onmiddellijk contact hebben met de medewerkers. Dit persoonlijke contact wordt doorgetrokken in het hele concept, met continu contact met klanten voor het selecteren van de juiste maat tot het kiezen van het passende model. Zodra klanten hun keuzes hebben gemaakt, worden deze door medewerkers klaargehangen in de paskamers. De focus op hospitality blijkt ook uit het ontwerp van de winkel zelf, waar de paskamers zijn uitgerust met nissen waar klanten veilig spullen kunnen opbergen, zoals een bril of handtas. Daarnaast beschikken de paskamers over een iPad waarmee klanten in contact kunnen blijven met medewerkers en andere items kunnen aanvragen om te passen.

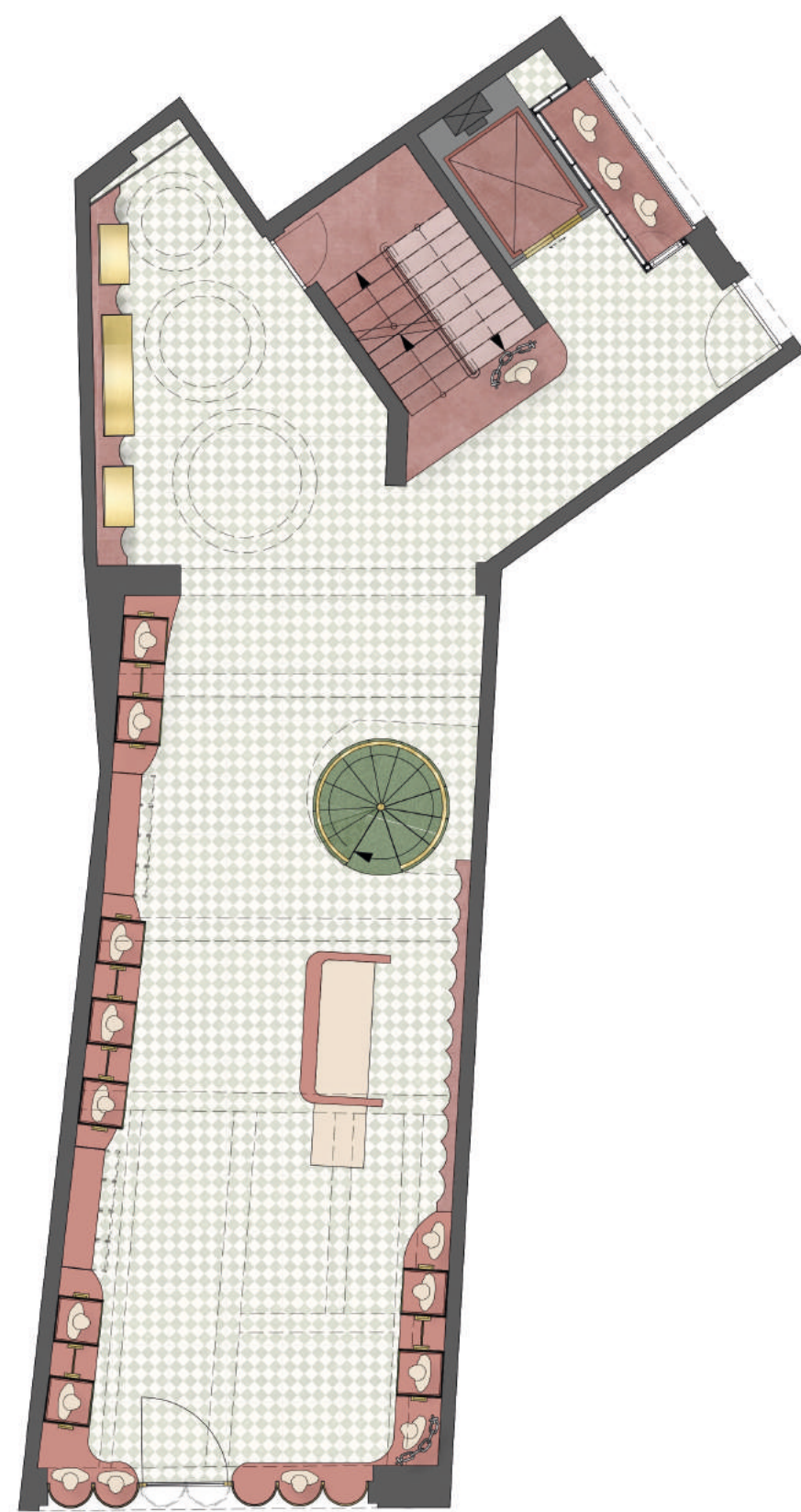
Daarnaast heb ik me gericht op ruimtelijke optimalisatie door een exoruimte in te richten die dient als tentoonstelling voor de 'muses' van Marlies Dekkers, waardoor een multifunctionele ruimte ontstaat die ook geschikt is voor bijvoorbeeld modeshows.

Een andere focus lag op lokale cultuur en authenticiteit. Het historische pand met fresco's tegen de bakstenen wanden moest behouden blijven. Het meubilair in de conceptstore is zodanig ontworpen dat deze fresco's mooi zichtbaar blijven en bijdragen aan de sfeer.

Daarnaast lag de nadruk op toegankelijkheid en universeel ontwerp. De winkel is volledig drempelvrij en beschikt over een lift voor extra comfort, waardoor elke klant moeiteloos tussen de verdiepingen kan bewegen. De ruime opzet van de paskamers met comfortabele zitmogelijkheden zorgt ervoor dat klanten zich op hun gemak voelen tijdens het passen. Voor klanten die een andere taal spreken, zijn meertalige medewerkers beschikbaar om een inclusieve ervaring te bieden, ongeacht hun achtergrond of taalvaardigheid.

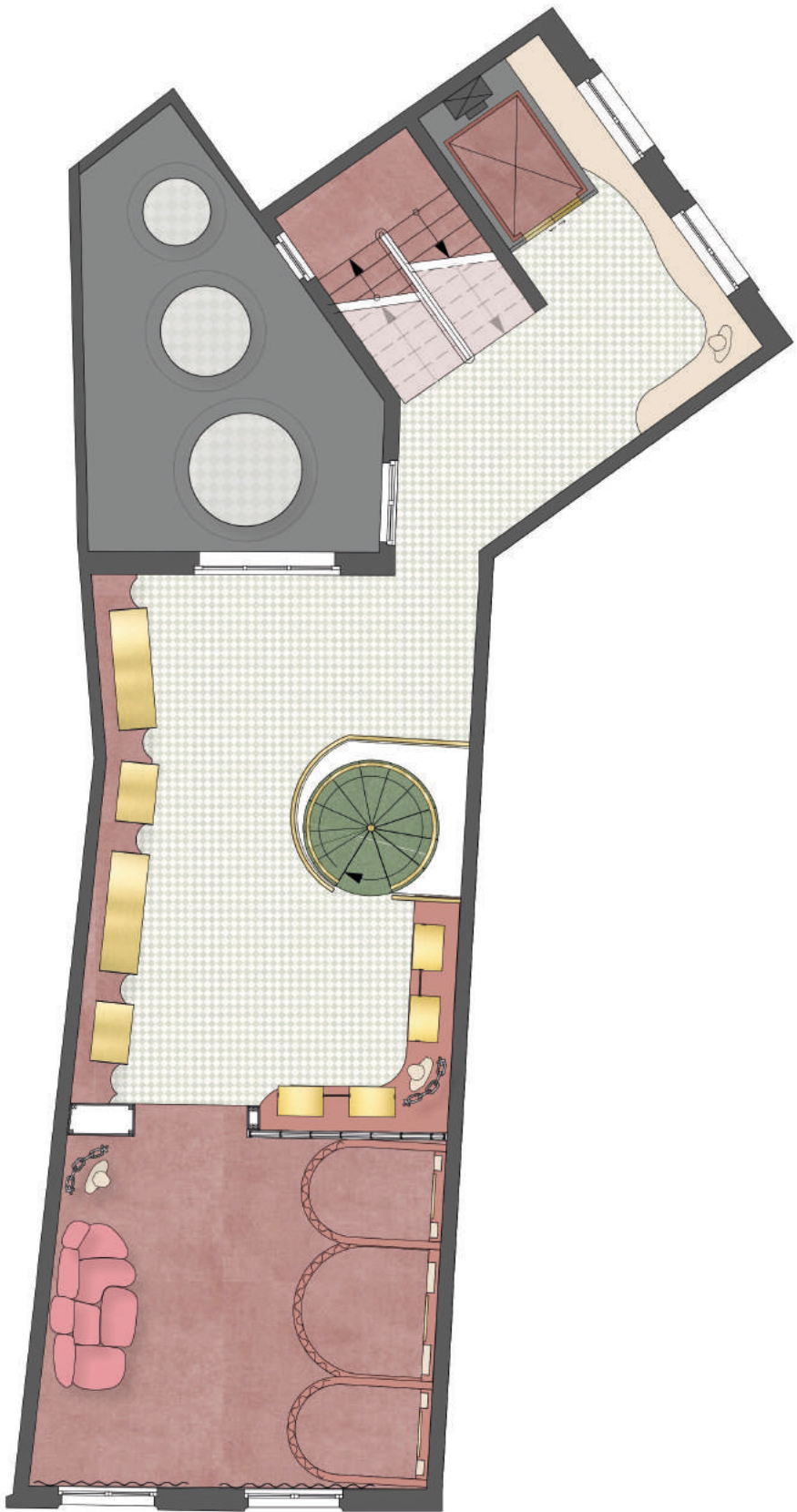
Tot slot is de winkel voorzien van een efficiënte logistieke werking. De leveringen gebeuren aan de achtergevel zodat dit uit het zicht van de klanten gebeurt. Op de derde verdieping is een ruime stockruimte voorzien voor het opslaan van alle voorraadproducten, met een personeelsruimte inclusief keuken en paskamers met lockers voor het personeel.

Niveau 0



Figuur 137: Grondplan Niveau 0 [eigen beeld]

Niveau 1



Figuur 138: Grondplan Niveau 1 [eigen beeld]

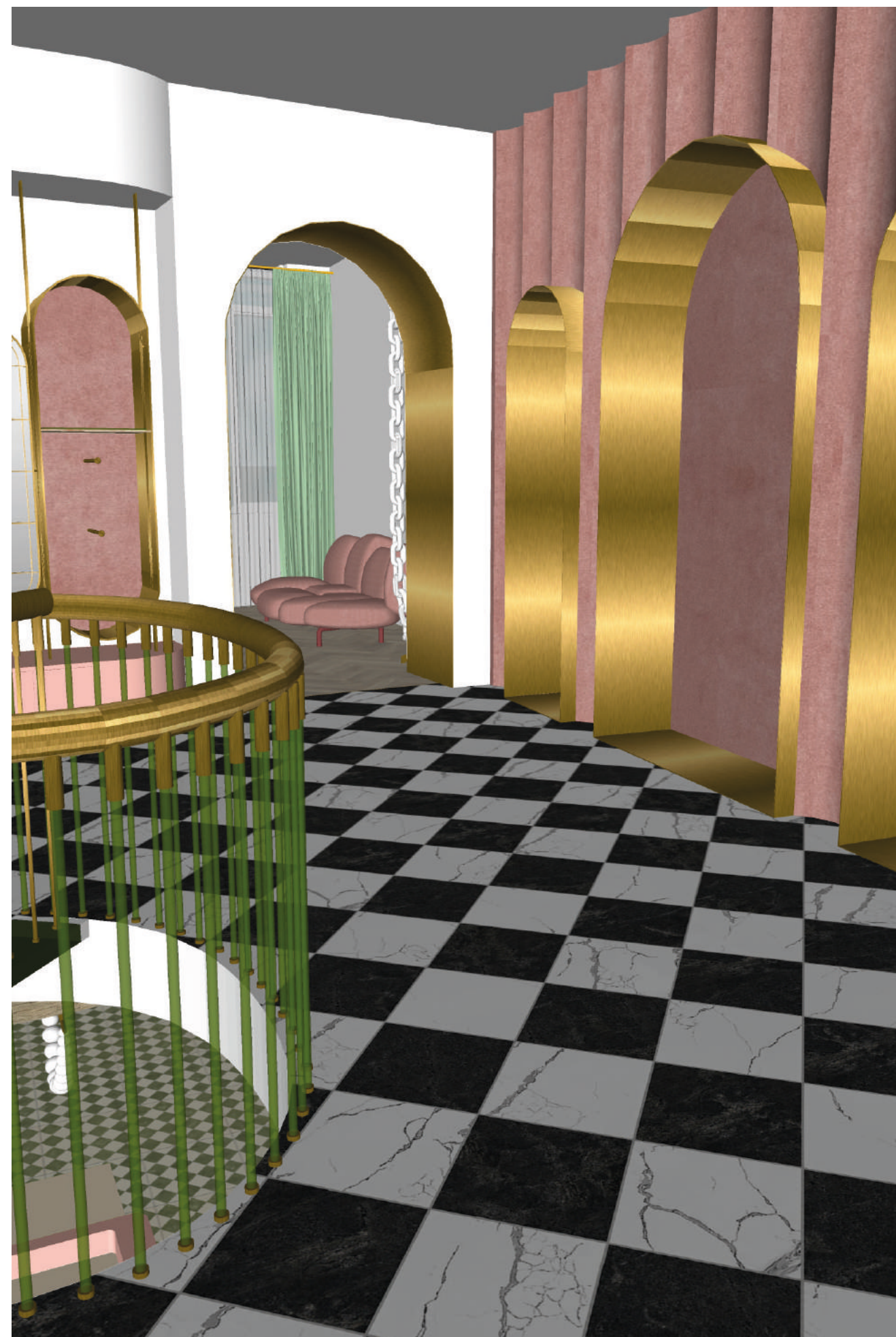


Figuur 139: Conceptbeeld Niveau 0 [eigen beeld]

De beelden die u hier ziet geeft het voorlopige concept weer van de winkel. Het project dat hierboven omschreven wordt, zal verder uitgewerkt worden via plannen, renders, constructies,...



Figuur 140: Conceptbeeld Niveau 0 [eigen beeld]



Figuur 141: Conceptbeeld Niveau 1 [eigen beeld]

06 Reflectie

Reflectie

Zowel het schrijven van deze thesis als het voltooien van de studio-opdracht waren zeer leerzame ervaringen voor mij. Ik ontdekte dat de luxehotelsector veel ontwerpstrategieën biedt die waardevolle lessen bieden voor ons als retail designers. Het was interessant om te ontdekken in hoeverre deze strategieën toegepast kunnen worden binnen een retailomgeving en hoe we ermee kunnen omgaan.

Bovendien ben ik ontzettend dankbaar voor alle kennis die ik binnen de studio heb opgedaan, evenals voor de voortdurende interesse in dit onderwerp.

Terugkijkend op mijn thesis, ben ik trots op de verzameling van waardevolle informatie en voorbeelden die ik heb kunnen bundelen. Dit stelde me in staat om een breed beeld te schetsen van mogelijke ontwerpstrategieën binnen de luxehotelsector en hoe deze kunnen worden toegepast binnen een retailomgeving. Vanwege de overvloed aan ontwerpstrategieën binnen de luxehotelsector was het niet mogelijk om ze allemaal te bespreken, laat staan toe te passen in de studio-opdracht.

Binnen de studio-opdracht ben ik tevreden met het behaalde resultaat, vooral met de gastvrijheid die in mijn project is terug te vinden en de aandacht voor detail om deze gastvrijheid in het ontwerp te uiten. Ook ben ik blij met hoe de ontwerpstrategieën zijn toegepast en hoe de bestaande architectuur is gerespecteerd. Dit resultaat toont aan dat het gebruik van ontwerpstrategieën voordelen biedt bij het ontwerpen van een retailomgeving, terwijl ook rekening wordt gehouden met de bestaande architectuur.

Literatuurlijst

- AAA Diamonds: *Travel with someone you trust*. (z.d.). Geraadpleegd op 22 december 2023, van <https://www.aaa.com/diamonds/>
- Adam, I. (2019). Drivers of physical accessibility among hotels. In *Anatolia* (Vols. 30–30, Nummer 4, pp. 560–571). <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1651356>
- Ariffin, A. A. M., & Maghzi, A. (2012). A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality: Influences of personal and hotel factors. *International Journal Of Hospitality Management*, 31(1), 191–198. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.012>
- Becker, E. J. (2009). *The Proximity Hotel: A Case study on Guest Satisfaction of Sustainable luxury Environments* [Wetenschappelijk artikel, The University of North Carolina at Greensboro]. <https://www.proquest.com/openview/6318fa92b86162d5aa39c287866a0012/1?cbl=18750&pq-origsite=gscholar>
- Beeke, G.-J., & Ploos Van Amstel, W. (2013, 13 augustus). *Stedelijke distributie: horeca en hotels hebben slimme logistiek nodig*. ManagementSite.nl. Geraadpleegd op 10 april 2024, van <https://www.managementsite.nl/de-laatste-meter/tophotels-hebben-toplogistiek-nodig>
- Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, 17 april). *Our story & history*. Geraadpleegd op 7 mei 2024, van <https://www.botanicantwerp.be/story-history/>
- Cortenraedt, J. (2022, 23 november). *Hotel La Butte aux Bois behaalt, “5-sterren-plus”*. Chapeau Magazine. Geraadpleegd op 26 april 2024, van <https://www.chapeaumagazine.com/culinair/hotel-la-butte-aux-bois-behaalt-5-sterren-plus/#:~:text=De%20geschiedenis%20van%20La%20Butte,'heuvel%20in%20het%20bos'>

- Customer Alliance. (2024, 4 april). *A brief history of the hotel industry*. Geraadpleegd op 29 april 2024, van <https://www.customer-alliance.com/en/resources/article/hotel-industry/>
- Danziger, P. (2004). *Let them eat cake: Marketing luxury to the masses-as well as the classes*. dearnborn trade publishing.
- Darcy, S. (2017). Accessibility as a Key Management Component of the Paralympics. In *Managing the paralympics* (pp. 49–92). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-43522-4_3
- De betekenis van hospitality niet langer een geheim*. (z.d.). HEYDAY Hospitality. Geraadpleegd op 3 januari 2024, van <https://www.heydayfm.nl/hospitality/hospitality/hospitality-betekenis>
- Demeulemeester, T. (2023, 23 juni). *ACHTER DE SCHERMEN BIJ RENOVATIE HOTEL LA RÉSERVE IN KNOKE*. De Tijd. Geraadpleegd op 12 april 2024, van <https://www.tijd.be/sabato/architectuur/achter-de-schermen-bij-renovatie-hotel-la-reserve-in-knokke/10476257.html#:~:text=La%20R%C3%A9serve%20werd%20geopend%20in,er%20graag%20over%20de%20vloer>
- Đorđević, Ž., & Janković, M. (2015). Modern distribution and development of hotel industry in the world. *Ekonomika, Journal For Economic Theory And Practice And Social Issues*, 61, 99–110. <https://ageconsearch.umn.edu/record/212940/?v=pdf>
- Dorgelo, D. (2024, 23 januari). *6 trends in de Belgische hotelsector in 2024 om in de gaten te houden*. Forbes België. Geraadpleegd op 28 april 2024, van <https://www.forbes.be/nl/6-trends-in-de-belgische-hotelsector-in-2024-om-in-de-gaten-te-houden/>

Ehlite, & Levy Bonvin, J. (2003, 14 december). Hotels | A Brief History - by Jacques Levy-Bonvin. *Hospitality Net*. Geraadpleegd op 20 november 2023, van <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4017990.html>

Ensie. (2016, 30 december). *Hotel*. De Betekenis Volgens CBS Begrippenlijst. Geraadpleegd op 2 januari 2024, van <https://www.ensie.nl/cbs/hotel>

Forbes Travel Guide Editors. (2023, 14 februari). *What makes a Forbes Travel guide Five Star? By Forbes Travel Guide Editors*. Forbes Travel Guide Stories. Geraadpleegd op 22 december 2023, van <https://stories.forbestravelguide.com/what-makes-a-forbes-travel-guide-five-star>

Freund, D., & Munsters, W. (Reds.). (2004). *Developments in the hotel Industry: Design meets Historic properties*. XIII International Tourism and Leisure Symposium "Tourism Brands for Competitiveness" 2004, Barcelona (Spain). <https://recercat.cat/handle/2072/443909>

Hollander, J. H. (2022, 26 januari). *Hotelsterrenclassificaties: wat betekenen ze?* Hotel Tech Report. Geraadpleegd op 4 januari 2024, van <https://hoteltechreport.com/nl/news/hotel-star-ratings>

Hong, P. (2015, 17 augustus). *Sustainability versus Luxury: An exploratory investigation of the relationship between sustainability and luxury in hotel guestroom environments*. <https://ecommons.cornell.edu/items/8e60a5d0-9c80-4281-b33a-743117333eb7>

Hotelstars Union. (z.d.). *hotelstars.eu*. Geraadpleegd op 5 januari 2024, van <https://www.hotelstars.eu/belgium/>

Imrie, R. (2012). Universalism, universal design and equitable access to the built environment. *Disability And Rehabilitation*, 34(10), 873–882. <https://doi.org/10.3109/09638288.2011.624250>

Iranmanesh, M., Ghobakhloo, M., Nilashi, M., Tseng, M., Yadegaridehkordi, E., & Leung, N. (2022). Applications of disruptive digital technologies in hotel industry: A systematic review. *International Journal Of Hospitality Management*, 107, 103304. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103304>

La Butte Aux Bois. (2024, 27 maart). *100 jaar La Butte aux Bois*. Geraadpleegd op 26 april 2024, van <https://labutteauxbois.be/100-jaar/>

La Réserve. (z.d.). Archello. Geraadpleegd op 14 april 2024, van <https://archello.com/it/project/la-reserve>

La Réserve Resort. (2024, 28 februari). Toerisme Knokke-Heist. Geraadpleegd op 13 april 2024, van <https://www.myknokke-heist.be/nl/sleep/la-reserve-resort#:~:text=Alle%2011%20kamers%20en%20suites,de%20mooiste%20architecturale%20resort%20hotels>

Lacalle, E. (2023, 25 april). Waarom is culturele diversiteit belangrijk in de hotelsector? *MEWS*. Geraadpleegd op 28 april 2024, van <https://www.mews.com/nl/blog/culturele-diversiteit-hotelsector>

Lacalle, E. (2024, 25 april). Branding voor hotels | Zo bouw je de perfecte merkstrategie. *MEWS*. Geraadpleegd op 29 april 2024, van <https://www.mews.com/nl/blog/branding-voor-hotels>

Lafontaine, B. (2023, 31 augustus). Interieur iconisch Hotel La Réserve in Knokke krijgt luxueuze make-over door Glenn Sestig. *Architectura*. Geraadpleegd op 13 april 2024, van <https://www.architectura.be/nl/nieuws/interieur-iconisch-hotel-la-reserve-in-knokke-krijgt-luxueuze-make-over-door-glenn-sestig/>

Lee, M. (2024, 1 mei). *Milieuvriendelijke ideeën om de duurzaamheid in gastvrijheid te vergroten*. GlobalOwls. Geraadpleegd op 3 mei 2024, van <https://globalowls.com/nl/eco-friendly-ideas-increase-sustainability-in-hospitality/>

Luna-Cortés, G., López-Bonilla, L. M., & López-Bonilla, J. M. (2022). Research on luxury hospitality: A systematic review of the literature. *Journal Of Hospitality And Tourism Management*, 52, 469–477. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.08.004>

Lydia. (2023, 29 november). *Meesterlijk interieur in vijfsterrenhotel La Réserve*. HOOG.design - Exclusive Living Inspiration. Geraadpleegd op 13 april 2024, van <https://www.hoog.design/nl/meesterlijk-interieur-in-vijfsterrenhotel-la-reserve/>

Maas, G. W. A. (2013). *Facility Management: over organiseren en maatwerk binnen een veranderende context*. Vakmedianet.

Marlies Dekkers. (z.d.). *About | Marlies Dekkers lingerie*. Geraadpleegd op 9 mei 2024, van <https://www.marliesdekkers.com/nl-be/about.html>

Martinez, Y. (2024, 29 januari). *Designing a Hotel: A Comprehensive Guide*. Tanic Design. Geraadpleegd op 9 april 2024, van <https://tanic.design/blog/designing-a-hotel-a-comprehensive-guide>

Martinez, Y. M. (2023, 13 december). Mastering Hotel Design: Secrets to Captivating Spaces. *Tanic Design*. Geraadpleegd op 7 januari 2024, van <https://tanic.design/blog/hotel-design-crash-course-for-hotel-owners#:~:text=Key%20Principles%20of%20Effective%20Hotel%20Design&text=Every%20space%20within%20the%20hotel,smooth%20navigation%20and%20minimal%20congestion>

Martín-Fuentes, E., & Mellinas, J. P. (2018). Hotels that most rely on Booking.com – online travel agencies (OTAs) and hotel distribution channels. *Tourism Review*, 73(4), 465–479. <https://doi.org/10.1108/tr-12-2017-0201>

Meeting rooms & events | La Réserve. (2024, 1 maart). La Réserve. Geraadpleegd op 14 april 2024, van <https://la-reserve.be/nl/meeting-rooms-events>

Mellinas, J. P., & Martín-Fuentes, E. (2016). Effects of Booking.com's new scoring system. *Tourism Management*, 57, 104280. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104280>

Michman, R. D., & Mazze, E. M. (2006). *The affluent consumer: marketing and selling the luxury lifestyle*. Bloomsbury Publishing USA.

Muwowo, A. (2016). LOGISTICS PRACTICES IN THE SERVICE SECTOR [Bachelor's thesis, Tampere University of applied sciences; Degree in International Business, Major in Green Supply Chain Management]. In *Tampere University of Applied Sciences*. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/121584/Muwowo_Alice.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Odoom, C. K. (2012). Logistics and Supply Chain Management in the hotel industry: Impact on hotel performance in service delivery [Proefschrift, University of Nevada, Las Vegas]. In *Digital Scholarship@UNLV*. <https://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/1339/>

Patio room | La Réserve. (2023, 29 november). La Réserve. Geraadpleegd op 14 april 2024, van <https://la-reserve.be/nl/kamers/patio-room>

Ryu, K., Lehto, X., Gordon, S., & Fu, X. (2018). Compelling brand storytelling for luxury hotels. *International Journal Of Hospitality Management*, 74, 22–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.02.002>

Simoni, V., De Zutter, J., Bucquoye, M., & Scarpa, T. (2008). *Situational architecture*. Stichting kunstboek.

Stainton, H. (2023, 11 februari). The fascinating history of the hotel industry. *Tourism Teacher*. Geraadpleegd op 29 april 2024, van <https://tourismteacher.com/the-history-of-the-hotel-industry-understanding-tourism/#1-the-first-hotels>

Talbott, B. (2004). Looking ahead: Marketing luxury hotels in the 21st century. *The Complete 21st Century Travel & Hospitality Marketing Handbook*, 555–568.

Tentoonstelling Gouden sterren - Geschiedenis – La Réserve. (z.d.). HEY Kennis Centrum. Geraadpleegd op 12 april 2024, van <https://www.sincfala.be/66-tentoonstellingen/tentoonstellingen-2010-losse-artikelen/518-tentoonstelling-gouden-sterren-geschiedenis-la-reserve>

Thomas@alychlo.com. (2023, 18 juli). *Exquisite transformation unveiled: La Reserve, the prestigious haven on Elisabethlaan, Knokke-Heist, embraces a magnificent rebirth* | Alychlo. Alychlo. Geraadpleegd op 14 april 2024, van <https://alychlo.com/exquisite-transformation-unveiled-la-reserve-the-prestigious-haven-on-elisabethlaan-knokke-heist-embraces-a-magnificent-rebirth/>

Tütüncü, Ö. (2017). Investigating the accessibility factors affecting hotel satisfaction of people with physical disabilities. *International Journal Of Hospitality Management*, 65, 29–36. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.06.002>

Tütüncü, Ö., & Lieberman, L. (2016). Accessibility of Hotels for People with Visual Impairments: From Research to Practice. *Journal Of Visual Impairment & Blindness*, 110(3), 163–175. <https://doi.org/10.1177/0145482x1611000303>

Van Dijk, M. (2023, 7 juli). *Openings- en uitbatingsvoorwaarden voor hotels*. Toerisme Vlaanderen. Geraadpleegd op 23 maart 2024, van

<https://toerismevlaanderen.be/nl/wetgeving-en-decreten/logiesdecreet/basisnormen-van-het-logiesdecreet/openings-en/openings-en#:~:text=De%20classificatie%20gaat%20van%201,normen%20van%20een%20hoger%20comfortniveau.>

Vervliet, E. (2023, 31 december). *Iedereen is VIP in la Réserve Resort - KNOKKE TALKS*. KNOKKE TALKS. Geraadpleegd op 15 april 2024, van <https://knokketalks.com/iedereen-is-vip-in-la-reserve-resort/>

Figurenlijst

Figuur 1: Fotograaf onbekend. (z.d.-a). *Gekregen beeld van hotel La Réserve* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 2: Thomassen, H. (z.d.-a). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 3: Fotograaf onbekend. (z.d.-b). *Gekregen beeld van hotel La Réserve* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 5: Hilton. (z.d.-a). *History & Renovation - Waldorf-Astoria*. Hilton.com [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.hilton.com/en/hotels/nycwawa-waldorf-astoria-new-york/gallery/>

Figuur 6: *ROMA - Thermen*. (z.d.-a). Stilus [Schets]. Geraadpleegd van <https://www.stilus.nl/oudheid/wdo/ROME/GEWOON/THERM.html>

Figuur 7: Visser, Y. (2023, 15 januari). *Tablinum - Woonvertrek in een Romeinse domus*. Historiek [Foto]. Geraadpleegd van <https://historiek.net/tablinum-woonvertrek-in-een-romeinse-domus/153691/#:~:text=Het%20tablinum%20is%20een%20relatief,met%20zuilen%20te%20vinden%20was>.

Figuur 8: Eqra, A. (2023, 20 september). Iran's Persian caravanserai recognized as UNESCO World Heritage [Foto]. *RadioFreeEurope/RadioLiberty*. Geraadpleegd van <https://www.rferl.org/a/iran-caravanserai-becomes-unesco-world-heritage-site/32600854.html>

Figuur 9: Tomesen, L. (2018). *Kloosters*. Tumblr [Foto]. Geraadpleegd van <https://kloostersluciennetomesen.tumblr.com/abdijsmarienlof>

Figuur 10: Grand Hotel LES TROIS ROIS. (2006, 20 maart). *A great hotel – a great history* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.lestroisrois.com/media/431583/geschichte-en.pdf>

Figuur 12: Roberts, E. R. (1991). A FIFTEENTH CENTURY INN AT ANDOVER [Grondplan]. In *Proc. Hampsh. Field Club Archaeol. Soc.* 47 (Vol. 47, pp. 153–170). Geraadpleegd van <https://www.hantsfieldclub.org.uk/publications/hampshrestudies/digital/1990s/vol47/Roberts.pdf>

Figuur 13: Roberts, E. R. (1991). A FIFTEENTH CENTURY INN AT ANDOVER [Foto]. In *Proc. Hampsh. Field Club Archaeol. Soc.* 47 (Vol. 47, pp. 153–170). Geraadpleegd van <https://www.hantsfieldclub.org.uk/publications/hampshrestudies/digital/1990s/vol47/Roberts.pdf>

Figuur 14: Getekend door A. Dick. Gegraveerd door M. Osborne. (1831). *Holt's Hotel, Water Street, Manhattan.jpeg*. Wikimedia Commons [Schets]. Geraadpleegd van https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Holt's_Hotel,_Water_Street,_Manhattan.jpeg

Figuur 15: *History & design*. (z.d.-a). Mandarin Oriental Ritz [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.mandarinoriental.com/en/madrid/hotel-ritz/history-and-design>

Figuur 16: *Downtown Los Angeles Hotel*. (z.d.-a). The Westin Bonaventure Hotel & Suites [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.marriott.com/en-us/hotels/laxbw-the-westin-bonaventure-hotel-and-suites-los-angeles/overview/>

Figuur 17: *ATLANTIC CITY'S FIRST CASINO – a RESORTS AC HISTORY*. (z.d.-a). Resorts Hotel [Foto]. Geraadpleegd van <https://resortsac.com/history/>

Figuur 18: *Our History | Luxury hotel in West End*. (z.d.-a). The Langham, London [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.langhamhotels.com/en/the-langham/london/our-story/>

Figuur 19: Kempinski Loyalty. (z.d.-a). *Photo gallery*. Hotel Adlon Kempinski Berlin [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.kempinski.com/en/hotel-adlon/gallery>

Figuur 20: Jumeirah Beach Hotel. (z.d.-a). *Exceptional escapes offer*. Jumeirah.com [Foto]. Geraadpleegd van https://www.jumeirah.com/en/offers/category-offers/stay/jumeirah-beach-hotel/jumeirah-escapes?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw6PGxBhCVARIsAlumnWYJDvS2H07-Ec47bGQh6v4Gs20veDtk5V-Rg3aG7LFBlyicn5monLwaAr5QEALw_wcB&gclsrc=aw.ds

Figuur 21: Castelsuites. (z.d.-a). *Castelsuites*. Guestreservations.com [Foto]. Geraadpleegd van https://www.guestreservations.com/castelsuites/booking?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwi_exBhA8EiwA_kU1MI5FBWmrGaoJyTXwayxxTbb4joyCp9GOD7qd0DNtX5JByoOzhoWR0hoCRA8QAvD_BwE&ctTriggered=true

Figuur 23: Loes. (2022, 29 september). *10 diervriendelijke hotels in de leukste streken van Nederland*. Hotelgift [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.hotelgift.com/nl/blog/10-diervriendelijke-hotels-in-de-leukste-streken-van-nederland/>

Figuur 24: La Butte Aux Bois. (2024, 3 april). *Spa & wellness* [Foto]. Geraadpleegd van <https://labutteauxbois.be/spa-wellness/#uitgelicht>

Figuur 26: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, 4 april). *Spa Suite | Botanic Sanctuary Antwerp | 5-star Superior Hotel* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/rooms-and-suites/spa-suite/>

Figuur 28: Hotelstar.eu. (z.d.-a). *Important downloads Hotelstars Union, catalogue of criteria* [Logo]. Geraadpleegd van <https://www.hotelstars.eu/service/downloads0/>

Figuur 29: Toerisme Vlaanderen. (2024, 29 april). *Toerisme Vlaanderen* [Foto]. Geraadpleegd op 10 mei 2024, van <https://toerismevlaanderen.be/nl>

Figuur 30: Botanic Sanctuary Antwerp & Botanic Sanctuary. (2024, 4 april). *Spa Suite | Botanic Sanctuary Antwerp | 5-star Superior Hotel*. Botanic Sanctuary Antwerp [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/rooms-and-suites/spa-suite/>

Figuur 31: H, Thomassen. (z.d.-b). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 45: Hotel La Réserve. (2024, 3 mei). *homepage | La Réserve*. La Réserve [Rendering]. Geraadpleegd van <https://la-reserve.be/en>

Figuur 47: Fotograaf onbekend. (z.d.-c). *Gekregen beeld van hotel La Réserve* [Foto]. Hotel La Réserve.

Figuur 49: Fotograaf onbekend. (z.d.-d). *Gekregen beeld van hotel La Réserve* [Foto]. Hotel La Réserve.

Figuur 51: Fotograaf onbekend. (z.d.-e). *Gekregen beeld van hotel La Réserve* [Foto]. Hotel La Réserve.

Figuur 64: Admin. (2023, 13 februari). *Introducing the 5-star superior Botanic Sanctuary Antwerp*. Marketing Deluxe [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.marketing-deluxe.at/en/introducing-5-star-superior-botanic-sanctuary-antwerp/>

Figuur 66: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, april 4). *Junior Suite | Botanic Sanctuary Antwerp | 5-star Superior Hotel* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/rooms-and-suites/junior-suite/>

Figuur 67: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, april 3). *Contact us | Botanic Sanctuary Antwerp | 5-star Superior Hotel* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/contact/>

Figuur 68: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, maart 25). *Bar Bulot | by Gert de Mangeleer & Joachim Boudens* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/gastronomy/restaurant-bar-bulot/>

Figuur 69: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, maart 22). *Restaurant Fine Fleur | By Jacob Jan Boerma & Thomas Diepersloot* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/gastronomy/restaurant-fine-fleur/>

Figuur 72: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, maart 29). *Het Gebaar | by Roger van Damme | Botanic Sanctuary Antwerp* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/gastronomy/restaurant-het-gebaar/>

Figuur 75: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, mei 6). *Henry's Bar & Bistro | By Johan Aarts | Botanic Sanctuary Antwerp* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/gastronomy/henrys-bar-bistro/>

Figuur 76: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, maart 27). *Saint Charles Store | at Botanic Sanctuary Antwerp* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/botanic-health-spa-overview/saint-charles-store/>

Figuur 79: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, april 29). *Host Exquisite Events at Botanic Sanctuary Antwerp | Overview* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/events/>

Figuur 88: Botanic Sanctuary Antwerp. (2024, april 10). *Corporate meetings & events | Botanic Sanctuary Antwerp* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.botanicantwerp.be/events/corporate-meetings-events/>

Figuur 98: Thomassen, H. (z.d.-c). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 100: Thomassen, H. (z.d.-d). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 101: Thomassen, H. (z.d.-e). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 104: Thomassen, H. (z.d.-f). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 110: La Butte Aux Bois. (2024, maart 27). *Home - La Butte Aux Bois - Heerlijk wegdromen in de natuur* [Foto]. Geraadpleegd van <https://labutteauxbois.be/>

Figuur 111: Chapeau Magazine. (2022, 24 augustus). *La Butte aux Bois koopt meteoriet van 7,2 miljard jaar* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.chapeaumagazine.com/branded-content/la-butte-aux-bois-koopt-meteoriet-van-72-miljard-jaar/>

Figuur 112: Lemmens, R. (2023, 10 maart). *Waarom staat er een T-Rex in La Butte aux Bois? Het Nieuwsblad Mobile* [Foto]. Geraadpleegd van https://mobile.nieuwsblad.be/cnt/dmf20230310_96167167

Figuur 114: Thomassen, H. (z.d.-g). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 116: Thomassen, H. (z.d.-h). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 118: Thomassen, H. (z.d.-i). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 119: Thomassen, H. (z.d.-j). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Bijlage

Bijlage 1: V, Simoni, persoonlijke communicatie, 23 februari 2024

Geïnterviewde: Victor Simoni (V)

Interviewer: Mirthe Kerfs (M)

Datum: 23 februari om 16.00 uur

Locatie: Hentjenslaan 9, 3511 Kuringen

Interview Victor Simoni

M: Dus ja, mijn thesis gaat ook gelezen worden door externe personen, dus misschien kunnen we al gewoon beginnen met een korte tijdlijn van uw carrière. Hoe dat u bent begonnen met architectuur en interieurarchitectuur? Waarom die keuze?

V: *Ja eigenlijk, heel simpel. Van kleins af aan was ik toch wel geïnteresseerd, ook in tekenen en zo, tekende ik al huizen en zo. Dat is een heel verhaal van vroeger. Ik kom van Maasmechelen, Eisden. En mijn grootvader is in die tijd één van de eerste Italianen geweest die in de mijnen heeft gewerkt van 29 zelfs, hè dus in 1929.*

Maar goed, mijn vader heeft dan niet in de mijnen gewerkt, want die is dan met ijscrème rondgegaan om daar dat in Eisden, ijs de ijscrème. Ja, dat is hè, dat was Simone toen. Maar ik heb daar altijd schetsen gemaakt. Maar dan ben ik eerst technische school gaan doen en door omstandigheden ben ik in Lanaken terechtgekomen een technische school A 3 heb ik daar gedaan. En, dat was omdat mijn ouders, en ik zat op internaat, omdat die echt moesten werken overdag. Dat was eigenlijk goed dat ik op internaat zat om anders was ik allang getrouwd. Was ik toen heel rap getrouwd. Had ik misschien een Italiaanse vrouw met 10 kinderen, je kent aan de Maaskant hè? Maar ja goed. Ik ben dan in dingen, heb ik in Lanaken A 3 gedaan. Technische en vooral houtbewerking hè.

Ja, dat was ja, dat lag zo in de lijn van Hé. En toen ben ik naar Hasselt gekomen. En daar ben ik in de bouw gegaan. Ik wou tekenen, huizen tekenen. En dan heb ik bouwkundig tekenen gedaan, 4 jaar. Dat is. Wat is dat?

M: Ja momenteel is dat een hogeschoolopleiding. Ja.

V: *Hogeschool? Ja, ja, toch nog altijd? Dat is daar hè Elfde-Liniestraat? Heb ik dus 4 jaar bouwkundig tekenen gedaan.*

En toen ja aan diezelfde school daar was toen, zaten we nog niet in Diepenbeek, hè. Maar dan heb ik, kon ik kiezen, als ik verder wil studeren binnenhuis of architectuur. Maar ik had zoiets. Ja, Ik heb altijd nog niet eens Latijns of zoiets

Figuur 120: Thomassen, H. (z.d.-k). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 121: Thomassen, H. (z.d.-l). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 122: Thomassen, H. (z.d.-m). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 127: Thomassen, H. (z.d.-n). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 128: Thomassen, H. (z.d.-o). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 129: Thomassen, H. (z.d.-p). *Gekregen beeld van hotel La Butte aux Bois* [Foto]. Hotel La Butte aux Bois.

Figuur 142: Fotograaf onbekend. (z.d.-f). *Gekregen beeld van hotel La Réserve* [Foto]. Hotel La Réserve.

gedaan of wiskunde. Ik denk, oh, die architectuur dat gaat niet lukken. Ik ga binnenhuis doen, hè. Maar ik had dus een opleiding van bouwkundig tekenen hè. Dus ik kon perfect, toen ik daar startte, kon ik al tekenen, want vanaf mijn tweede jaar bouwkundig tekenen heb ik bij een architect die les gaf daar, in Hoeselt, Vinken heette die. Heb ik altijd stage, alle stage, ben ik daar gaan werken in de vakantie. Mijn ouders waren naar de ijscrème, die waren toch niet thuis dus en ik heb daar eigenlijk wat gewerkt. Dat was eigenlijk heel tof. Ik heb daar heel veel geleerd ook, dus ik had eigenlijk een heel, toen ik op binnenhuis begon. Ja, ze moesten mij niks vertellen van het tekenen, want ik kon dat. Dat moet ik eigenlijk niet zeggen. Maar ik kon dat eigenlijk wel, dus ik had ook op binnenhuis ook niet echt problemen, want niemand kon iets zeggen tegen mij, omdat ik soms beter kon tekenen dan de leraars zelf. Dat klinkt raar, maar dat is echt gebeurd. Ik ben ooit naar een jury van technisch tekenen teruggegaan dat ik zeg van “u hebt gezegd dat dat niet juist is, maar dat is wel juist. Hoe kom je daarbij?” “Ja ja, allee ja zie je? Is dat niet genoeg punten?” “Ja, maar je zegt dat het niet juist is, ik ben zeker!” Maar dat was omdat ik eigenlijk al kon tekenen van het begin, hè. Dus ja, ik heb niks moeten leren van binnenhuis, hè. En de leraars die les gaven toen die hadden ook geen praktijk thuis dus ja, wat konden die over esthetiek van alles vertellen maar technisch waren die ook niet zo onderlegd hè. Daar waren weinig echt mensen die een praktijk hadden thuis. Maar goed, dan heb ik binnenhuis gedaan en dan heb ik nog een jaar. Het eerste jaar ben ik gestopt.

En ben ik ja beroepsmuzikant geweest. Dat is mijn hobby, nog altijd. En dan ben ik in Griekenland en Tunesië in hotels gaan spelen.

Maar goed, alleen dat is een ander verhaal.

M: Een hele carrièreswitch, toch?

V: Ja, nee dat is, dat is ook creatief, hè?

Het voordeel van muziek is, ik speel nu nog altijd muziek. Ik ben helemaal nog niet gestopt. Dat is dat je dadelijk resultaat hebt van iets creatiefs, hè. Maar dat is ook dadelijk weg, hè. Als je iets verkeerd gespeeld hebt, een minuut daarna weet niemand dat nog hè. En bouwen, dat wil zeggen als ja iets gebouwd hebt, eer dat het er staat, de klanten, de dit en de dat. Je bent niet alleen verantwoordelijk. Muziek, ben je alleen verantwoordelijk voor wat jij doet, hè? Als je mis speelt. Ja, dan is het je eigen schuld, maar in de bouw kun jij het wel goed menen. Maar er zijn zoveel partijen die meedoen en dan duurt dat langer. Maar als het er staat en het is goed, dan blijft het er ook staan en dat is ook belangrijk. Dus dat is die balans tussen hobby en dit en nu nog altijd die ik heel tof vind. Die mij heel veel rust geeft. Dan heb ik binnenhuis afgemaakt, hè. En dan ja dan ben ik dan leren moeten gaan, hè. En dan ben ik zelfstandige geworden in 80, 1980. Dus dat is nu 43 jaar geleden hè. Of 44 jaar geleden zelfs. Dus ben ik begonnen als zelfstandige. En dan heb ik dat eigenlijk, maar doordat ik bouwkundig tekenen gedaan had en binnenhuis, was ik ook heel fel

geïnteresseerd in architectuur natuurlijk. Ja, dus door het feit dat ik binnenhuis heb en bouwkundig tekenen gedaan had. Kon ik ook verbouwen en dit, dus ik interesseerde me ook wel in architectuur. Die twee, die match was wel tof. Hè. Want je hebt, wij studeren wel af als binnenhuisarchitecten, hè? Maar velen doen gewoon binnenhuis inrichting. Dat is, dat is niet architectuur, hè? Dat is hè. En dus ja, hoe moet ik dat zeggen? Dus ik was ook altijd aan het verbouwen, hè? Als iemand zei, ja “ik wil hier een living, je moet me die inrichten.” Dan had ik soms een oplossing. ‘Weet je wat als we die deur dicht metsen en we maken daar een opening dan in ene keer kun je alle salons zetten die er bestaan en dan kan je nog zelf kiezen.’ Maar wat doen binnenhuisarchitecten die zeggen “Ach ja, we zullen hier een salon zetten die in, dan zetten we hier nog iets en daar nog iets en zo en dan is dat ook gevuld. Maar ik was altijd... Ik deed veel bouwkundige ingrepen in de projecten die ik deed.

Dat is een verhaal, hè, hè.

Een tweede verhaal daarrond is dat als je dat doet, hè? Natuurlijk gaat de orde van architecten hè en ik kreeg altijd een brief hè, en Waarom? Omdat we hadden dan iets gemaakt, iets getekend. Dat kwam in een tijdschrift of zo of in de krant en dan, maar wat doen journalisten die kennen alleen maar één naam, ah wie is de architect hier? Die heeft dat gemaakt, hè? Ik maakte dingen brieven, persmappen, hè? Waarin duidelijk stond Binnenhuisarchitectuur Simoni, hè, en dan zagen zij “ah architect Simoni heeft dat gemaakt” hè? Dan staat het in de krant, krijg ik de dag erop een brief van de orde van architecten, hè. “Ja, je mag dat niet gebruiken, want dat is deontologisch niet verantwoord. We gaan u achtervolgen als je dat doet, ...” dus ik heb zo misschien allee, niet gelogen, 20 brieven al gehad. En toen in 96, had ik het Modemuseum in Hasselt gedaan. En het gekke was, ik kreeg de prijs van architectuur van provincie Limburg voor dat project. Maar dat wil zeggen die ja, die nou, dat was natuurlijk de orde die was die sloeg tilt. Hoe kunnen ze nu aan een binnenhuisarchitect? Maar ik had op mijn bureau, hier, had ik architecten in dienst. Ik had toen 10 man. Hé. En, waarom had ik een architect? Omdat als we verbouwden, ja, dat moest altijd een plan getekend worden en ook ondertekend worden door een architect. Dus en die mensen op bureau, die twee architecten die ik hier had, die tekende dan die plannen, dat werd ingestuurd en dat was in orde, want dat was officieel aangevraagd, hè? Maar ja, en zo is het modemuseum ook gedaan, wij hadden dat hier gemaakt met Simoni. Een architect hier op het bureau had de aanvraag gedaan enzovoort. En ja, maar toen kregen wij en die kwamen dan met die brief af. Of die architecten kregen die brief. En daar stond in die brief letterlijk: ‘Waar is de tijd naartoe dat de titel van architect eerbied en respect af kon dwingen ten opzichte van...’ dus dat was een heel soep, maar goed, dan is niks veranderd. En toen heb ik een lezing gegeven in de Academie van Bouwkunde in Maastricht. En in die Academie voor Bouwkunde, na die lezing was ik met die directeur aan het praten en die zei: “Weet je wat? Als jij volgende jaar met mij nieuwe studenten die hier op school komen, bij u in Limburg, België Limburg, de studenten wil meenemen en allemaal mooie dingen wil laten zien. Dan schrijf ik u in de school hier voor architectuur. En dan schrijf ik u onmiddellijk in het laatste jaar, want u bent al zo lang bezig.” Maar dan spreek ik nu over 2002. “Dan schrijf ik u in en krijgt u de titel van architect. Dat telt ook voor België.”

Dus ik dacht “oh jongens” Ik moest alleen een eindwerk maken en ik kon dan architect worden. Zo is dat eigenlijk gegaan hè. Ik zeg ja, dat wil ik wel doen, hè. Dan heb ik dat gedaan. Maar ja, wat moest ik dan doen? Ja, een project maken, maar ik had zo iets, wat moet ik dan maken? En toen, toen zei ik aan de school, ja, ik zeg, kan ik niet een thesis maken over hoe ik werk en wat mijn filosofie is en mijn werk? “Oh, dat is goed, doe maar iets, als je maar iets maakt.” Bon, dan heb ik dat gedaan en dat heette dan ‘de situatie architectuur’ heb ik dan een thesis gemaakt, hè! Uiteindelijk heb ik daar dan een boek van gemaakt. Eigenlijk resulteert dat in dat boek. Normaal moet dat op school ook wel liggen hoor. Dit boek is een samenvatting van de theorie, wat ik allemaal gedaan heb. Hier vind je eigenlijk wel alles in.

Wat is het belangrijkste in heel die thesis, dat is die situatie is de draaier van de oplossing. Dat is voor mij het belangrijkste. Daar heb ik ook altijd over lesgegeven, zonder dat ik dat wist in het begin. En vanaf dan heb ik daar ook een punt van gemaakt. Ik begon altijd heel mijn jaar met nieuwe studenten over situatie architectuur. Ik gaf dan een hele lezing daarover. Dat was de basis voor iedere student om zich aan te houden. Er is heel veel over te zeggen. Als je dat eens wilt lezen dan ligt het ook op school. Nu die thesis was wel dikker, maar dat is een samenvatting hè. En kijk, dat is een schets, ook wel veel schetsen. En dan zijn er projecten hè. En dat begint, dat begint van een project, hier staat een datum op 82. Dat is ‘Het Magazijn’ in Hasselt. Dat is van 82 en dat was mijn 16e project, maar ik was van 80 al bezig hè. En zo kan je verder gaan. Dat is 84 en hier heb ik zo een selectie gemaakt van allemaal mogelijke projecten, hè. Wat is dat stadsmuseum?

En, hier, kun je dat volgen. Hier zie je van alles wat ik gedaan heb. En dan op het laatste hè, dat gaat tot 2007, hè. Dat gaat tot Huis van de toekomst. Hier staat iets van muziek in hè. Dat zijn alle projecten, dus je kunt daar alle referenties heb ik gemaakt en hier was dan een beetje degene die bij mij gewerkt hebben. Allemaal foto's stonden hiervoor, dus dat boek, ja. Maar dat moet op school liggen.

Dus dat is eigenlijk een beetje het verhaal, hè. Dan ben ik architect geworden. Dat is niet dat er veel veranderd is, maar nu op de orde. Ja, niemand kon iets zeggen, hè? Nu is het zo dat ik de dingen die ik doe, en ik begrijp als ze je iets in het buitenland doet, dan ga je niet elke week naar het buitenland, want dan ben ik altijd weg. Dat is niet de bedoeling. Dus wat doen we nu eigenlijk? We maken een concept, we zoeken een architect ter plaatsen en die werkt dat uit en omdat die dan de wetten daar ook kent moet ik nietmeer gaan studeren. We hebben een Lombok gebouwd, we hebben Indonesië. Ik moet niet weten hoe dat daar is, hè? Ik ben daar wel geweest en ik ben daar veel keer geweest, maar niet om zo’n bouw op te starten en dat allemaal te doen.

Ja en zo werkt het nu. Lombok was wel. Ik ging daar rondvragen in het begin. Ik zeg ja, wat zijn hier de wetten van bouwen? Wat mag je hier, wat mag je niet? Dat was één belangrijke wet. En dat was: je mocht niet hoger bouwen als een palmboom. En dat was het. Dat was eigenlijk niks hè.

Maar goed. En. En, ik heb ook nog lesgegeven, ook nog eens één jaar in Gent. Aan het laatste jaar architectuur, maar toen was ik nog geen architect, hè. Maar dat was ook door omstandigheden dat, ik ben altijd heel veel bezig geweest en zo en veel mensen leren kennen. Die directeur van die school zei ook: “Oh Victor, kom hier ook eens lesgeven. Ge hebt het Modemuseum gemaakt en zo.” Maar die wist natuurlijk al die achtergronden niet en die stelt mij aan en ik heb dan in Gent, hè, heb ik het laatste jaar begeleid. Maar dat waren eigenlijk verschillende leraars en daar zaten allemaal die leerlingen hè en elke leraar die gaf een project. Die zei: “Kijk, ik ga iets werken rond dat en dat.” Die zei: “Ik ga werken met dat en dat.” En ik ging iets maken rond Roermond. Heb ik een project uitgedokterd. En die zei dat, die zei dat, die zei dat. En dan die studenten mochten kiezen. Er waren leraars die hadden twee studenten. Ik had er 14, want er waren er die rond de 23 hadden hè. En dan zijn we dat jaar begonnen en dan maken die een eindwerk rond dat thema. En dan was er een jury, maar de jury in Gent is zo dat zijn, laten we zeggen, 3 soorten jury’s. En die veranderen altijd van klas. En waarom doen ze dat om niet een visite te hebben hè. Dus het gekke is. Als je dat doet, dan heb je natuurlijk meer kans dat er andere meningen zijn. Maar ik had in mijn groep niemand gebuisd en ik had de staalprijs toen gekregen van de jury. Dat betekent dat. Dat ja, daar waren andere klassen, waren gebuisd en zo. Maar achteraf hoorde ze dat ik geen architect was die andere leraars en die waren echt razend op die directeur. Ik denk dat die bijna ontslag had moeten nemen, omdat hij mij had aangesteld. Want dan spreek ik over gekende namen die daar les gaven, hè?

Dat is een beetje zo het verhaal. Wat ik allemaal gedaan heb. Komt erop neer, 2007 heb ik eigenlijk dat diploma van architect gehaald en vanaf toen, ja en nu werken we gewoon met plaatselijke architecten als dat hier is, want ook de wetten zijn zo veranderd hè. Je kunt het niet allemaal volgen, hè dus. Maar allee je moet alles weten van verlichting, alles van sanitair, alles van technieken, alles van dit. Dat gaat niet.

En dan komt er nog bij. Ik heb geluk gehad dat ik nooit niet administratie heb gedaan. Ik heb nog nooit van mijn leven een factuur gemaakt. Dat klinkt raar. Maar waarom? Omdat ik altijd mensen heb gehad die dat altijd gedaan hebben. Ja. Ik heb het geluk, mijn vrouw heeft ook binnenhuis gedaan. En die is op bepaald moment, die heeft de factuur gemaakt. Nu doet ze dat nog. Maar ik heb ook een secretaresse al 27 jaar gehad aan één stuk die alles regelde voor mij, hè. Dus Ik ben eigenlijk een hele vrije vogel. Ik heb altijd geluk gehad dat ik alleen maar ontwerpen en ditten, en dat. Ik heb het fijne van het vak eigenlijk altijd mogen doen. En dat vond ik het ambetante van de betalingen en de ditten en dat. Wil niet zeggen dat ik niet weet wat iets kost hè. Als iemand zegt, ja Victor, zal ik niet zeggen van: Wow, weet ik niet hoor. Ik weet wel wat iets kost, maar dat is als je morgen een auto gaat kopen hè? Ja, Je kunt niet een Rolls Royce kopen voor de prijs van een Fiat 500. In de bouw is dat ook zo. Je kan niet ik-weet-niet-wat hebben voor de prijs van. Wat wel is, we moeten voor die prijs van die fiat 500 ook een mooie auto maken hè. Dat is ook onze taak. Dus wij maken een kostuum dat past bij een klant. Er zijn verschillende situaties die de drager zijn van de oplossing.

M: Wat is voor u eigenlijk een geslaagd hoteldesign? Omdat mijn thesis gaat over de ontwerpstrategieën binnen de hotelsector.

V: Dan begin ik met één ding, en dat is heel belangrijk. Wat ik fijn vind aan een hotel, daar komt alles bijeen.

Daar is alles bij. En dat is niet alleen het design van wat je ziet. Maar daar komt alles bijeen wat te maken heeft met logistiek, achter de collise,... Er zijn zo veel dingen die zich mengen, en dan heb je nog de klant die binnenkomt. Die moet je overmeesteren. Daar is zo veel over te zeggen. Alles wat ik al gemaakt heb, de situatie is dan altijd de drager van de oplossing. Wat is mooi design voor een hotel? Dat is hetzelfde als je zou zeggen "wat zijn de trends voor volgend jaar?" dat hoor je mij nooit zeggen. Waarom? Omdat dat ook niet zo is. Dat is zoals muziek, je hebt klassieke muziek, popmuziek, countrymuziek, ... er bestaan zoveel soorten muziek en elke keer komt er nog iets nieuws bij. Er komt iemand met één hit, die is dan wereldberoemd met die eene hit en hoe komt dat? Omdat al die stijlen ontwikkelen zich. Dus als je nu zegt; wat is een tof hotel? Dan moet ik aan u vragen: over wat voor hotel wil je het hebben?

Ik ben een hotelfreak tot en met. Ik kan je uren dingen laten zien. Een tof hotel hangt er vanaf van wat het dient, waar het staat, voor welk cliënteel is dat?

(Toont PowerPoint)

Ik kan u dadelijk een boek laten zien van een klassiek hotel en een minimalistisch hotel. Het eerste minimalistisch hotel dat er bestond was in Londen. Dat minimalistisch hotel in Londen, nooit van gehoord hotel Hempel, dat is de basis geweest van minimalisme. Dat ander hotel is klassiek, dat is zo knap klassiek. Ik heb verschillende hotels gedaan. Dat is Lombok was minimalistisch, dat in Oostenrijk was volledig tiroler, in Maasmechelen hield ik rekening met de omgeving. Elke keer leef ik mij in, met al die valiezen ervaring die ik heb, en daar werk je iets mee uit. Je begint altijd van nul en dan maak je iets. Dat is eigenlijk het principe. Maar wat ik hier eigenlijk mee wil zeggen is, je moet eerst een beetje de evolutie kennen. Als je een hele hoop mensen hebt, vroeger toen ze nog geen gsm hadden keken ze televisie en daarna gingen ze slapen. Nu kan je naar tv kijken, als je sport wil kijken, kijk je sport. Met architectuur was dat ook zo. Je had Romaanse architectuur, die is niet voor de Gotiek gekomen hè. Romaanse daar was het eerste dat ze konden bouwen een boog. Maar toen, die katholieke kerk werd zo machtig, en die wouden die mensen maar onderdrukken. Vanuit die situatie hebben ze gezocht naar een vormtaal die dat vertaalt. Dus hebben die dan maar gothiek gebouwd met spitsbogen naar de hemel toe. Dat is dan zo ver gegaan dat dat renaissance werd en barok etc. Dit is nooit voor dat geweest. Het was echt een evolutie. Maar wat krijg je nu? Dat noem ik een verticale evolutie. Het één volgde het ander, maar dat bestaat nu niet meer. Tegenwoordig heb je een horizontale evolutie. Dat wil zeggen dat alles achter elkaar oploopt. Er komen altijd dingen bij. Die grote hoop van mensen volgde vroeger allemaal hetzelfde. Met die evolutie is dat niet zo.

Bijvoorbeeld de mode van tegenwoordig is voor iedereen anders. Ze zorgen voor mensen die iets zwaarder zijn etc. Dat zien we tegenwoordig ook in de architectuur. Iemand die klassiek werkt, die dat gewoon is, zal niet snel overschakelen naar modern.

(Verteld verder over PowerPoint)

Alles wat ik zonet vertelde heeft ook met ons vak te maken. Je kan perfect in samenspraak met de klant de perfecte reclame voor dat hotel bepalen. Bijvoorbeeld een hotel in de bergen zal nooit hetzelfde hotel zijn als in een stad hè. Dat is niet hetzelfde cliënteel dat daar komt. In Oostenrijk heb ik een hotel gedaan, de vloeren heb ik daar heb ik zo gemaakt, dat dat tegen die skie laarzen moet kunnen hè. In hetzelfde dorp was ook een modern hotel met zwarte parket in. Na één jaar was die eruit. Omdat dat niet kon. Dat had die architect moeten weten. Dat is een fout van die architect.

Als ik ergens kom met een mooi kerkje en ik moet daar doen een huis bouwen, dan maak ik ergens een opening in die woning zodat je dat kerkje ziet.

Privacy vind ik een heel belangrijk iets. Wanneer ik iets ontwerp kijk ik waar de burens zitten etc.

Als we kijken naar een lobby, wie zit daar, wie wacht daar, voor wat wordt dat gebruikt? Iemand die op de taxi wacht. Nooit zitten ze daar lang. Zo kan je dan in de stijl van het hotel een fauteuil of zetel kiezen. Het moet gewoon kloppen.

Die situatietheorie weerspiegelt op van alles. Zo ook in dingen van het dagelijks leven.

(Toont verder voorbeelden van situatie architectuur)

En over hotels, ik wil dat laten zien. (Toont boek). Dit is The Blakes in Londen. Ik heb geslapen in dat bed. Dan moet je eerst 10 kussens aan de kant leggen eer dat je kan slapen. Maar kijk eens die gordijnen. Als je hier binnenkomt, dat is geen hotelkamer hè. Hoe dat gedoceerd is. Dat is een fantastisch hotel. Dat is klassiek aan de buitenkant.

Als je zo ziet, The Hempel en Blakes, dat zijn de twee uiterste. En dan heb je nog van alles daartussen. Dus wat is dan fijn aan een hotel? Dat alles daar bijeen komt, als ontwerper heb je daar heel veel verantwoordelijkheid. Alles moet daar kloppen. Je moet met alles rekening houden. De service, de wasplaatsen, wie slaapt er en wie niet. Het is heel belangrijk altijd een draaiboek te maken met alle info. Wat is dan een goed hotel voor mij? Wanneer een draaiboek klopt!

M: Wat mij opvalt is wanneer een klant een hotel binnenstapt, is alles aanwezig, zonder dat ze beseften deze nood te hebben. Ik vroeg me af of wij als interieurarchitect daar ook een rol in spelen?

V: Nee dat is juist wat ik zeg. De situatie, je maakt een draaiboek over alles dat daar kan. Je moet niet in het midden van Antwerpen iets gaan doen dat geen nut heeft. Je moet daar geen hotel gaan maken met zes restaurants in. Heel Antwerpen zit vol restaurants. Die situaties moet je goed te meester zijn. Maar dat komt voornamelijk door ervaring.

Bijvoorbeeld (toont foto's van project Maasmechelen): Ik heb een aantal jaar geleden dat hotel in Maasmechelen gedaan. En dat is eigenlijk in een oud Mijn-gebouw. Dat is dus eigenlijk het gebouw van de administratie. Je moet dus weten, dat is een gebouw, dat was de administratie. En daar hadden we dan bijgebouwd. Dat was een seminarieruimte en het ander was een restaurant. Die ramen kijken uit op die schachten. Maar je ziet wat ik bedoel. Als je hier eet, dat is een heel groot raam, je kijkt tot daarachter. En wat was de bedoeling? Alles klopte met het idee. De bedoeling was daar een restaurant te maken en in die andere ruimte was er een kleine keuken voor eigenlijk ontbijt. Want de bedoeling was een kok te zoeken die daar een restaurant maakte. En vanuit dat restaurant kon dan ook ontbijt gemaakt worden. Maar daar konden dan ook andere mensen komen eten, want dat moest rendabel zijn dat restaurant. Dat is een project, dat gaat vanuit LRM, dat is een soort organisatie die investeren met het geld van de mijn. Maar die mensen, dat is alleen geld. Natuurlijk was het de bedoeling dat daar een restaurant kwam en wat zei LRM: "dan moet die kok maar zelf de inrichting betalen." Maar er is geen enkele kok die komt en zelf die inrichting betaald. Een goeie kok die al ergens een zaak heeft zal daar ook niet snel weggaan. Dan moet je het al zelf inrichten voor hem en dat zal dan misschien een reden zijn voor die kok om te verhuizen. Dus wat hebben ze nu gedaan, ze hebben dat afgewerkt, en is het ook een vergaderzaal. Maar nu hebben ze dus ook alles dat ik gemaakt heb afgebroken en hebben ze daar een restaurant van gemaakt. Het terras dat ik ontworpen had, hebben ze nooit uitgevoerd. En ook alles dat er stond, dat wel ontworpen en gebouwd was hebben ze afgebroken en staat alles gewoon vol tafels. Ik had daarna nog een uitbreiding gekregen voor een nieuwe vleugel. Om nieuwe kamers te maken, maar daar had ik geen zin meer in vanwege de afgelopen omstandigheden. Nu konden ze hun plan trekken. Dat is wat ik wil zeggen, op een bepaald moment is dat één geheel. Die business en het interieur, dat moet kloppen. Je moet argumenten hebben en die argumenten die komen van die situatietheorie.

In Oostenrijk aan dat hotel hebben we ook een stuk bijgebouwd. Die architect ter plaatse had allemaal voorstellen gedaan aan mij en dat was allemaal geen probleem. Dat was allemaal gerespecteerd. Die stijl is doorgetrokken. En zo hangt alles bijeen.

In Indonesië de Lombok Lodge, daar hebben we nu villa's gebouwd. Dat is een ander verhaal, dat zijn vijf villa's die verhuurd worden. Jij kan zo eentje kopen, maar je kan toch niet iedere week naar Indonesië gaan. Dus die verhuren dat aan andere mensen en dat zijn een aantal slaapkamers. Daar is één grote deur en aan de slaapkamer en de badkamer en voor de rest heb je geen deuren. Er is ook een kok bij die villa en die bediend u dan. Die slaapt ergens achteraan. Dat is een heel andere stijl dan Terhills of Oostenrijk.

(V, Simoni, persoonlijke communicatie, 23 februari 2024)

Bijlage 2: C. Duchateau, persoonlijke communicatie, 20 maart 2024

Geïnterviewde: Chantal Duchateau (C)

Interviewer: Mirthe Kerfs (M)

Datum: 20 maart om 12.30 uur

Locatie: Hangveld 28, 3621 Lanaken

Interview Chantal Duchateau

M: Ik vroeg me dan af, je doet dus zowel residentiële projecten als retail projecten. Waarom de combinatie van de twee? Want soms zie je dat interieurarchitecten enkel neigen naar het residentieel of enkel naar de retail.

C: Ja, Ik denk dat dat vooral ook een beetje zo gegroeid is. Dat is in het begin eigenlijk begonnen met wat veel residentiële woningen en dan met de tijd zijn er eigenlijk steeds meer b2b klanten bijgekomen, met de vraag van kantoorruimtes, restaurants, winkels, hotels, die dingen en uiteindelijk ja. Is het nu zo dat we beide doen en inderdaad. Ik vind het ook wel persoonlijk heel fijn om die afwisseling in die projecten te hebben, omdat je dan ook niet altijd met hetzelfde bezig bent. Dus dat vind ik wel fijn dat die afwisseling er is.

M: Mijn thesis gaat over hotels en de ontwerpstrategieën binnen de hotelsector. Een belangrijke vraag vind ik misschien toch wel, wat is voor u een geslaagd hotel design? Als je zo kijkt, je hebt La Butte aux Bois gedaan. Als je dan kijkt kreeg je daar 'carte blanche'? Mocht je daar doen, wat je zelf wou? Of waren er echt dingen waar je je aan moest houden of bepaalde voorwaarden?

C: Ik heb meegeholpen aan de barinrichting van La Butte aux Bois en daar was op voorhand eigenlijk wel zo'n beetje al de lijn gemaakt en een soort van moodboard van echt met die blauwe tinten te werken en alles. Dus dan ben ik ook gaan zoeken naar meubilair dat volledig zou passen in die blauwe stijl en zo, maar over het algemeen, ja wanneer is voor mij zo'n hotelontwerp geslaagd, dat is denk ik wel, als klanten daar komen om te logeren. Dat ze daar foto's van beginnen te posten online. Of dat ze echt onder de indruk zijn bij die eerste ontmoeting met dat interieur. Dus dan is dat voor mij wel echt geslaagd.

M: Oké en als je dan kijkt naar de trends momenteel in de hotelsector zijn er zo bepaalde trends die internationaal gevolgd worden of hier in België gevolgd worden qua stijl of ontwerp. Of ben je eerder van mening dat ieder hotel uniek is op zich?

C: Ik denk sowieso wel dat het uniek is op zich, in die zin dat ieder hotel andere noden heeft en de vraag wat de klant wil. Dat is altijd bij ieder hotel wel een beetje anders. Ook de grootte enzo bepaalt wel de grootte van het hotel bepaalt

veel van hoe het aanpakken qua ontwerp. Ja anderzijds denk ik dat qua stijlen, nu heb ik het gevoel dat er wel een beetje zo die stijl trend is om alles zo met die aardse kleuren, beige tinten die mortexlook, die betonlook dat dat wel een beetje echt een trend is op dit moment. Maar ik merk ook wel dat er toch wel vraag naar is om een beetje daar niet in mee te lopen en dat er zo de vraag is om met excentrique kleuren te werken. Net heel felle kleurtjes of zo, of met het met een heel mooi behang of zo dat dat echt wel indruk maakt.

M: Ja de volgende vraag is, en dat is een vraag waar momenteel nog niemand heeft op kunnen antwoorden. Maar wat zijn voor u de belangrijkste ontwerpstrategieën binnen de hotelsector? Ja, Ik kan er een paar opnoemen als je wilt, zodat je een beetje een beeld hebt van ontwerpstrategieën die ik momenteel in de lijst heb staan.

C: *Ja, dat mag dan wel.*

M: Degene die ik momenteel online uit mijn onderzoek heb kunnen vinden qua ontwerpstrategieën zijn gastvrijheid en klantenservice, de beleving en emotie in een hotel, de storytelling in een hotel, unieke ervaringen en dan ook zo een beetje de situatie architectuur. Dat je met je hotel een beetje rekening houdt met de omgeving. Bijvoorbeeld een Oostenrijks hutje past niet in België.

C: *Nu Ik denk sowieso, en dat wou ik eigenlijk ook wel zeggen voordat je het opsomde, is voor mij wel de beleving. De beleving wat de klant gaat ervaren. De eerste indrukken ik probeer sowieso altijd bij de stap van het ontwerp te denken zoals een klant zou denken. Wat zou ik leuk vinden als ik hier nu binnen zou komen? En dat moet natuurlijk uitnodigend zijn. Ja, dat denk ik dat sowieso wel heel belangrijk is. Andere strategieën? Ja, Ik denk gewoon dat het ook heel belangrijk is dat de huisstijl en visie van de hoteleigenaar zelf of van de hotelketen, dat die wel gevolgd wordt. Ik ben bijvoorbeeld bezig nu met een hotel in Spanje, daar eigenlijk als eerste werd gezegd van ja, hou alsjeblieft rekening met de huisstijl van ons logo van ons merk, ook de kleuren. Dat werd allemaal meegegeven in het begin van het verhaal. En ja, dat vindt dan ook belangrijk om dat mee te nemen in mijn ontwerp. Wat ook wel mijn strategie is, is vragen aan de klant van waar zijn de problemen nu, of waarom wil je vernieuwen? Maar vooral ook ja, meestal botsen zij tegen problemen, is het dat zij geen klanten aantrekken, of is het dat hun capaciteit het niet aankan in die vorm. Dan moeten we daar ook een oplossing in zoeken Natuurlijk. En dat was bijvoorbeeld in het hotel in Spanje, het AMA Hotel. Dat was daar ook al een vraag van ja, we hebben nu wel ontbijtruimtes en diner ruimtes, maar we krijgen niet iedereen gezet. Dus ja, we moeten wel echt een oplossing gaan vinden om meer stoelen aan tafels te kunnen plaatsen, dus. Ja op die manier denk ik wel, en sowieso ja, beleving is altijd in ieder ontwerp belangrijk. Dat heb ik een beetje uit mijn scenografie opleiding geleerd dat beleving echt wel. Ja, dat dat doet heel veel, hè!*

M: En je praat er nu over dat aan keten is?

C: *Nee AMA is geen keten, dat is een onafhankelijk hotel.*

M: Oh ja, en heb je ooit gewerkt voor een keten of ooit al een opdracht gedaan voor een keten?

C: *Nee, nog geen ketenhotels. Altijd individuele hotels.*

M: Nee, oke, want ik kan, en misschien weet je er iets van. Klopt het dat een ketenhotel vaak in dezelfde stijl ontwerpt? Eender waar het hotel gelegen is? Of proberen zij misschien ook een beetje te letten op de locatie van hun hotels?

C: *Ik denk dat als je bijvoorbeeld naar Van der Valk Hotel kijkt, zij doen dat totaal niet. Als je daar euhm of ja, ze doen dat totaal niet... Ze hebben een bepaalde vibe die zij uitstralen, vind ik. Maar naar kleuren toe of ze werken bijvoorbeeld heel veel met 'ARTE' en 'ELITE' behang en zo. Maar ik vind niet dat zij ieder hotel van hun, en dat is een heel grote keten, dat daar ja dezelfde kleuren ofzo terugkomen. Dat is altijd overal anders vind ik. Maar je merkt natuurlijk wel van ja, het is een Van der Valk natuurlijk. Moest ik zelf een hotelketen hebben zou ik dat wel goed vinden om een beetje een lijn daar in te trekken in alle hotels afzonderlijk, omdat je anders geen merk creëert. Anders ga je eerder iets afzonderlijks creëren en dat is iets dat je niet wilt als keten.*

M: En, als je dan kijkt naar de ontwerpstrategieën die er momenteel bestaan, niet iedereen heeft ze allemaal in hun hoofd opgelijst, maar zijn er ontwerpstrategieën waarvan u vindt dat die momenteel te weinig aandacht krijgen of dingen binnen de hotelsector die te weinig aandacht krijgen?

C: *Ik denk dat dat nog altijd wel dan het punt is. Als we gaan nadenken over ja, toegankelijkheid voor eventueel mindervalide, maar niet alleen dat. Waar ik bijvoorbeeld ook ben tegenaan gebotst bij het ontwerp van een restaurant. Dat was eigenlijk een hele grote groep die over zo'n beslissingen moest gaan en er zaten op een gegeven moment ja te kijken van wat doen we met de toiletten? Omdat dat ja, wat gaan we daar nu opzetten? Gaan we daar een vrouw of een man of? Ja, heel, dat verhaal is tegenwoordig een heel moeilijk gegeven en ik denk evenzeer een hotelsector ook is dat nog niet evident om daar op te antwoorden. En je wilt natuurlijk ook niemand die ja, hoe moet ik het zeggen, ja, beschuldigen of verkeerd ja benoemen, zal ik het zo zeggen en dat zijn denk ik wel puntjes. Sowieso ja, die toegankelijkheid voor minder valide dat het steeds strenger en strenger moet, steeds meer ruimte voorzien voor een rolstoeltoegang. Ja. Te maken of te creëren en dat is niet altijd evident. Want vaak is het ook zo dat een hotel naar mij toe komt en die zitten in een renovatie. Of ja, we gaan renoveren. Dat is geen nieuwbouw. Ja die doorgangen en zo dat zijn soms hotels die daar al 30, 40 jaar misschien nog langer zelfs staan. Ja, die doorgangen voor rolstoel toegankelijkheid aan te bieden, dat is niet evident om dat allemaal aan te passen, dus dat is zeker wel iets dat ja qua strategie nog verbetering kan gebruiken. Ook merk ik dat ze binnen de hotelsector strenger zijn qua wetgeving op rolstoeltoegankelijkheid of toegankelijkheid voor mindervaliden.*

M: Nee klopt. Ik had als strategie ook het milieuvriendelijke aspect. Vind je dat eerder een trend? Of heb je zoiets van? Dat mag echt wel doorgetrokken worden.

C: Als ik dan ja. Naar ontwerp is dat natuurlijk moeilijk, maar ik denk bijvoorbeeld wel aan de ecologische shampoos en die zaken allemaal. Dan denk ik wel dat het ook zeker belangrijk is om mee te nemen in uw verhaal. En ook ja, een trend. Ik weet het niet. Ik denk misschien dat dat gewoon veel meer tegenwoordig aandacht krijgt en een opbouw is en ik denk ook niet dat dat nog gaat uitgaan. Dus ik ben er eigenlijk ook wel voorstander voor dat we dat eigenlijk vanaf het begin ook meenemen in het ontwerp verhaal zo iets.

M: Zijn er binnen de ontwerpstrategieën of, zijn er bepaalde ontwerpstrategieën binnen de hotelsector die je bijvoorbeeld ook kan toepassen binnen Retail Design? Want jij doet ook ja cafés, restaurants. Ik weet niet of je ooit een winkelinrichting hebt gedaan?

C: Ja, ik doe ook veel showrooms. Ja, sowieso, heel dat toegankelijkheid verhaal is daar evenzeer eigenlijk heel belangrijk. En ook daar, ja, kijken naar de huisstijl van de klant. Ik vind sowieso restaurants, hotels, showrooms dat vind ik allemaal een beetje onder dezelfde noemer vallen. Omdat daar heel veel punten net gelijkaardig zijn. Ja, het is belangrijk om die huisstijl, om dat merk naar voren te laten komen en vaak moeten we kijken naar wat hun klanten willen, waar nood aan is. En op basis daarvan gaan wij een ontwerp samenstellen en dat is bij een hotel evenzeer zo ja, wat willen de klanten? Waar gaan ze zitten? Waar kunnen ze wachten? Dat is in een showroom bijvoorbeeld ook heel vaak het geval van ja, hè? Als ze eventjes niet geholpen kunnen worden, waar kunnen ze gaan wachten? Waar gaan ze afrekenen? Kassa. Bij hotels hetzelfde inchecken dus dat is toch allemaal hetzelfde. Denk dan aan verlichting of zo, dat moet allemaal ja toch de nodige aandacht krijgen en dus ik vind dat toch allemaal een beetje hetzelfde.

M: Ken je misschien nog interessante trends of pistes die ik verder kan onderzoeken binnen de hotelsector heb je zo iets als je iets aan het ontwerpen bent, van goh hier besteden andere ontwerpers te weinig aandacht aan?

C: Goh ja, ik heb onlangs een beetje die vraag gekregen voor een akoestisch plafond en ik merk wel dat daar toch wel wat vraag naar is vanuit hoteleigenaars van ja, hoe kunnen we akoestische oplossingen aanbieden? En er bestaan heel mooie oplossingen. Maar ja, Dat is denk ik wel iets dat dat misschien nog wel wat meer aandacht moet krijgen. Alsook brandveiligheid binnen de hotelsector. Ik weet niet of dat binnen retail ook zo streng is? Maar dat is misschien ook een interessant onderwerp om te onderzoeken.

(C. Duchateau, persoonlijke communicatie, 20 maart 2024)

Bijlage 3. Comfortclassificatienormen voor erkende hotels

nr.	classificatienorm	punten	H1S	H2	H3	H4	H5
1	Algemeen						
1.A	(1) bij hotels met meer dan drie verdiepingen (inclusief begane grond) (2) Het hotel voldoet aan de overeenkomstige normen die door Toerisme Vlaanderen zijn vastgelegd.						
1.1	parkeermogelijkheid bij het hotel	3					
1.2	parkeergelegenheid voor bussen bij het hotel	3					
1.3	garage	5					
1.4	oplaadstation voor elektrische auto's	10					
1.5	specifiek oplaadstation voor elektrische fietsen of andere elektrische voertuigen	3					
1.6	minstens 50% van de kamers beschikt over een balkon of een terras	5					
1.7	lift	10				X (1)	X (1)
1.8	ofwel is het hotel toegankelijk voor logerende toeristen in een rolstoel (al dan niet met begeleiding) (2) ofwel is het hotel toegankelijk voor logerende toeristen in een elektrische rolstoel (2)	5 10					
1.9	het hotel is toegankelijk voor logerende toeristen met visuele beperkingen (2)	5					
1.10	het hotel is toegankelijk voor logerende toeristen met auditieve beperkingen (2)	5					
2	Receptie en hotelservices						
2.A	(1) afhankelijk van de grootte en de invulling (van een zithoek tot een representatieve hal) (2) of een schoenpoetsmachine in het hotel (norm 3.1.73)						
2.1	ofwel een aangeduide ruimte, bureau of balie met voldoende privacy die bestemd is en dienst doet als receptie ofwel een afgescheiden receptieruimte, -balie of -bureau met voldoende privacy	1 3	X	X	X	X	X
2.2	ofwel een lounge ruimte bij de receptie (1) ofwel een lobby met zitgelegenheid en drankenservice (1) ofwel een receptiehal met meerdere zitplaatsen en drankenservice (1)	3 5 10			X	X	X
2.3	ofwel een receptieservice die permanent (de hele week, dag en nacht) telefonisch of voor digitale communicatie bereikbaar is ofwel een receptie, 10 uur per dag geopend, permanent (de hele week, dag en nacht) telefonisch of voor digitale communicatie bereikbaar ofwel een receptie, 16 uur per dag geopend, permanent (de hele week, dag en nacht) fysiek beschikbaar in het hotel en permanent telefonisch of voor digitale communicatie bereikbaar ofwel een receptie, permanent (de hele week, dag en nacht) geopend en bemand en permanent telefonisch of voor digitale communicatie bereikbaar	1 7 10 15	X	X	X	X	X
2.4	mogelijkheid tot zelf-check-in	3					
2.5	mogelijkheid tot zelf-check-out	3					

2.6	tweetalige baliemedewerkers	3		X	X	X	X
2.7	valet parkeerservice	10					X
2.8	portier (speciaal daarvoor aangestelde medewerker)	15					
2.9	conciërge / guest relation manager (speciaal daarvoor aangestelde medewerker)	15					X
2.10	loopjongen (speciaal daarvoor aangestelde medewerker)	15					
2.11	ofwel bagageservice beschikbaar op verzoek	5			X	X	
	ofwel bagageservice	10					X
2.12	beveiligd bagagedepot voor de logerende toeristen	5			X	X	X
2.13	dagelijkse schoonmaak van de kamers (met de mogelijkheid voor de gast om daarvan af te zien)	1	X	X	X	X	X
2.14	dagelijkse verwisseling van de handdoeken op verzoek	1	X	X	X	X	X
2.15	ofwel verschoning van het beddengoed, minstens eenmaal per week (met de mogelijkheid voor de gast om daarvan af te zien)	1	X	X	X		
	ofwel verschoning van het beddengoed, minstens tweemaal per week (met de mogelijkheid voor de gast om daarvan af te zien)	3				X	X
2.16	dagelijkse verschoning van beddengoed, op verzoek	3				X	X
2.17	strijkservice (gereed binnen één uur)	3					X
2.18	ofwel was- en strijkservice (gereed volgens afspraak, waszak beschikbaar)	1			X		
	ofwel chemische reiniging/stomerij of was- en strijkservice (bij aanlevering voor 9 uur 's morgens gereed op dezelfde dag, behalve in het weekend, waszak beschikbaar)	7				X	X
2.19	mogelijkheid om voor het verblijf en de eventuele hoteldiensten te betalen zonder contant geld	1	X	X	X	X	X
2.20	paraplu aanwezig bij de receptie of op de kamer	3			X	X	X
2.21	actueel tijdschrift of actuele krant of nieuws in de kamer (geprint of digitaal)	3					X
2.22	kledingreparatieservice	3					X
2.23	schoenpoetsservice	5				X (2)	X
2.24	shuttlebus- of limousineservice	5					X
2.25	persoonlijke verzorgingsartikelen op verzoek verkrijgbaar (minstens een tandenborstel, tandpasta, een scheerset en bad- en douchezeep)	1	X	X	X	X	X
2.26	gepersonaliseerde begroeting van iedere gast, bijvoorbeeld met bloemen of een geschenkje op de kamer (een welkomstboodschap op het televisiescherm volstaat niet)	5					X
2.27	begeleiding van de gast naar zijn kamer bij aankomst	5					
2.28	turn-downservice (de zogenaamde tweede schoonmaakronde: handdoeken worden verwisseld, spreij wordt afgehaald, prullenmand geleegd enzovoort)	7					X
3	Inrichting en uitrusting van de hotelkamers						

3.1	Algemeen, slaapcomfort en kamerinrichting						
3.1.A	(1) Een suite bestaat uit minstens twee aparte kamers, waarvan één is ingericht als slaapkamer en de andere als zitruimte. De kamers hoeven niet afgescheiden te zijn van elkaar met een deur, een doorgang volstaat. Een appartement of vakantiewoning in een dependance of een junior suite wordt niet als een suite beschouwd. (2) alleen van toepassing op de primaire slaappleats(en) van of in de hotelkamer (3) Als er in de kamer twee eenpersoonsbedden ('singles') aanwezig zijn in plaats van een tweepersoonsbed ('double'), wordt de logerende toerist daarover geïnformeerd voor hij de verblijfsvereenkomst sluit. (4) Maximaal 15% van het totale aantal hotelkamers mag van die norm afwijken. In voorkomend geval wordt de logerende toerist over de afwijking geïnformeerd voor hij de verblijfsvereenkomst sluit. Als er in het hotel uitsluitend eenpersoonkamers of uitsluitend tweepersoonkamers zijn, worden de vermelde punten verdubbeld. (5) In geval van een tweepersoonkamer geldt de fauteuil als één zitgelegenheid (als vermeld in norm 3.1.29). (6) of een kluisje op de kamer (norm 3.1.46) (7) De logerende toerist krijgt minstens informatie over de ontbijttijden, de aankomst- en vertrektijden, de hotelvoorzieningen en -services die worden aangeboden (inclusief de voorzieningen en services op verzoek) en, in voorkomend geval, de openingstijden van de voorzieningen. (8) of een schoenpoetsdienst in het hotel (norm 2.23).						
3.1.1	aantal suites in het hotel (1) 3 punten per suite / max. 9 punten	3-9					X (min. 2)
3.1.2	ofwel een bed met een matras met een minimale dikte van 13 cm (2)	1	X	X			
	ofwel een bed of bedsysteem (bijvoorbeeld boxspring of lattenbodem) met een matras met een minimale dikte van 18 cm (2)	5			X	X	X
	ofwel een bed of bedsysteem (bijvoorbeeld boxspring of lattenbodem) met een matras met een minimale dikte van 22 cm (2)	7					
3.1.3	ergonomisch aanpasbaar bed of bedsysteem op verzoek (2)	3					
3.1.4	ofwel hebben alle eenpersoonsbedden in het hotel een minimale breedte van 0,80 m	1					
(2)(4)	ofwel hebben alle eenpersoonsbedden in het hotel een minimale breedte van 0,90 m	5					X
	ofwel hebben alle eenpersoonsbedden in het hotel een minimale breedte van 1 m	10					
	ofwel hebben alle eenpersoonsbedden in het hotel een minimale breedte van 1,20 m	15					
3.1.5	ofwel hebben alle tweepersoonsbedden in het hotel een minimale breedte van 1,40 m	1					
(2)(3)	ofwel hebben alle tweepersoonsbedden in het hotel een minimale breedte van 1,60 m	5					
(4)	ofwel hebben alle tweepersoonsbedden in het hotel een minimale breedte van 1,80 m	10					X
	ofwel hebben alle tweepersoonsbedden in het hotel een minimale breedte van 2 m	15					
3.1.6	ofwel hebben alle bedden in het hotel een minimale lengte van 1,90 m	1					
(2)	ofwel hebben alle bedden in het hotel een minimale lengte van 2 m	5					X
	ofwel hebben alle bedden in het hotel een minimale lengte van 2,10 m	10					
	ofwel hebben alle bedden in het hotel een minimale lengte van 2,20 m	15					
3.1.7	babybedje op verzoek	1					

3.1.8	hygiënische matrashoezen (chemisch reinigbaar of wasbaar, luchtdoorlatend of synthetisch – eenvoudig molton volstaat niet) (2)	10					
3.1.9	de matrassen zijn maximaal vijf jaar oud (via aankoopbewijs aan te tonen) (2)	10					
3.1.10	de matrassen worden jaarlijks gewassen of gereinigd (via reinigingsbewijs aan te tonen) (2)	10					
3.1.11	allergievriendelijke kussens, bedlinnen, dekens en bedbekleding op verzoek beschikbaar (via certificaat aan te tonen)	3					
3.1.12	deken of bijbehorend beddengoed	1	X	X	X	X	X
3.1.13	bijkomende deken op verzoek beschikbaar	1			X	X	X
3.1.14	slaapkussen	1	X	X	X	X	X
3.1.15	hygiënische kussenhoezen	7					
3.1.16	de kussens worden jaarlijks gereinigd of jaarlijks opnieuw aangekocht (via aankoop- of reinigingsbewijs aan te tonen)	1	X	X	X	X	X
3.1.17	bijkomend slaapkussen op verzoek beschikbaar	1			X	X	X
3.1.18	2 slaapkussens per slaappleats in de kamer (2)	5					X
3.1.19	slaapkussenmenu met een keuze uit verschillende types slaapkussens	5				X	X
3.1.20	ofwel overgordijnen of een vergelijkbare voorziening om de kamer te verduisteren	1	X	X	X	X	
	ofwel een voorziening om de kamer volledig te verduisteren (bijvoorbeeld luik of volledig verduisterend gordijn)	5					X
3.1.21	glasgordijnen, jaloezieën of vergelijkbare voorziening	3					
3.1.22	wasbaar bedmatje per slaappleats (2)	3					
3.1.23	wekservice van het hotel	1	X	X	X	X	X
3.1.24	een hang- en een legkast, een kleerkast, een kledingnis of een vergelijkbare voorziening om kleding op te bergen	1	X	X	X	X	X
3.1.25	planken voor linnengoed	1		X	X	X	X
3.1.26	ofwel voldoende kleerhangers	1	X	X	X		
	ofwel voldoende kleerhangers van verschillende soorten	3				X	X
3.1.27	kapstok of kledinghaakje	1	X	X	X	X	X
3.1.28	mogelijkheid om een kostuumhoes op te hangen (buiten de kleerkast)	1			X	X	X
3.1.29	ofwel een stoel of vergelijkbare zitgelegenheid	1	X	X			
	ofwel een zitgelegenheid per slaappleats. Als de hotelkamer beschikt over meer dan twee slaappleatsen, volstaan twee zitgelegenheden. (2)	3			X	X	X
3.1.30	een comfortabele zitgelegenheid (bijvoorbeeld een fauteuil) met een bijzettafel of wandtafel (2)	7			(5)	X (5)	X (5)
3.1.31	een bijkomende fauteuil of tweezitter in de twee- en meerpersoonskamers of suites (2)	7					X
3.1.32	ofwel een tafel, bureau, bureaublad of vergelijkbare voorziening	1	X	X			
	ofwel een tafel, bureau, bureaublad of een vergelijkbare voorziening met een vrije werkruimte van minimaal 0,4 m², geschikte verlichting en toegang tot een vrij en bereikbaar stopcontact	5			X	X	X
	ofwel een tafel, bureau, bureaublad of een vergelijkbare voorziening met een vrije werkruimte van minimaal 0,6 m², geschikte verlichting en toegang tot een vrij en	7					

	bereikbaar stopcontact						
3.1.33	nachtkastje, -tafeltje of -legplank (2)	1			X	X	X
3.1.34	een bereikbaar en vrij stopcontact	1	X	X	X	X	X
3.1.35	een bijkomend vrij stopcontact bij de tafel, het bureau of het bureaublad (norm 3.1.32)	3					
3.1.36	een bijkomend vrij stopcontact naast het bed (2)	3			X	X	X
3.1.37	centrale schakelaar voor alle kamerverlichting	3					
3.1.38	een schakelaar voor alle kamerverlichting naast het bed (2)	3					
3.1.39	nachtlamp (2)	1					
3.1.40	voldoende kamerverlichting	1	X	X	X	X	X
3.1.41	leeslamp naast bed (per slaappleats) (2)	3		X	X	X	X
3.1.42	passpiegel	3			X	X	X
3.1.43	geschikt koffer- of bagagerek	5			X	X	X
3.1.44	prullenmand	1			X	X	X
3.1.45	ofwel de mogelijkheid om waardevolle eigendommen in bewaring te geven (bijvoorbeeld aan de receptie)	1	X	X			
	ofwel een centrale kluis (bijvoorbeeld bij de receptie)	3			X (6)	X (6)	X
3.1.46	ofwel een kluisje op de kamer	5					X
	ofwel een kluis met ingebouwd stopcontact op de kamer	7					
3.1.47	specifieke geluidswerende ramen (aan te tonen via attest)	7					
3.1.48	geluidsabsorberende deuren of dubbele deuren	10					
3.1.49	ofwel alle kamers met centraal regelbare airconditioning	7					
	ofwel alle kamers met individueel regelbare airconditioning	10					
3.1.50	airconditioning in de gemeenschappelijke ruimtes (restaurant, lobby, centrale hal, ontbijtzaal)	10					
3.1.51	harmonieuze sfeer in de gemeenschappelijke ruimtes (licht, geur, muziek, kleur enzovoort)	1					
3.1.52	audio- of multimedievoorziening. Streamingsservices worden ook aanvaard.	5			X	X	X
3.1.53	vaste media-apparatuur in de badkamer	3					
3.1.54	een televisie met afstandsbediening of een vergelijkbare voorziening waarop gestreamd kan worden vanaf een eigen toestel (grootte televisie of toestel in een formaat dat geschikt is voor de kamer)	1	X	X	X	X	X
3.1.55	bijkomende televisie of vergelijkbare voorziening (zie 3.1.55) in de suites (grootte televisie of toestel in een formaat dat geschikt is voor de kamer)	3					
3.1.56	internationale zenders beschikbaar	5				X	X
3.1.57	internationale stekkeradapters op verzoek beschikbaar	3				X	X
3.1.58	oplaadstation (voor verschillende elektrische apparaten) of verschillende laders op verzoek beschikbaar	1			X	X	X
3.1.59	ofwel een telefoon of een vergelijkbaar toestel voor interne en externe communicatie op verzoek beschikbaar met een instructieboekje (gedrukt of digitaal)	5			X	X	
	ofwel een telefoon of een vergelijkbaar toestel voor interne en externe communicatie in alle kamers met een tweetalig instructieboekje (gedrukt of digitaal)	10					X
3.1.60	draadloze internettoegang in de hotelkamers en de gemeenschappelijke ruimtes	1	X	X	X	X	X

3.1.61	beveiligde internettoegang (LAN, VPN of vergelijkbaar)	5					
3.1.62	afdrukbaarheid op verzoek	1				X	X
3.1.63	een pc, tablet of vergelijkbaar toestel met internettoegang op de kamer op verzoek beschikbaar	1					X
3.1.64	ofwel hotelinformatie (gedrukt of digitaal) (7)	1	X	X			
	ofwel een tweetalige servicemanual A-Z in de kamer (gedrukt of digitaal)	5			X	X	X
3.1.65	informatie over het toeristische aanbod in de omgeving (gedrukt of digitaal)	1	X	X	X	X	X
3.1.66	schrijfgerief en notitieblok	1			X	X	X
3.1.67	correspondentiemap	1					
3.1.68	broekenpers	3					
3.1.69	ofwel een strijkijzer en -plank op verzoek beschikbaar of in een strijkrimte aanwezig	1					
	ofwel strijkbout en -plank op de kamer	3					
3.1.70	ofwel naaigerei op verzoek verkrijgbaar	1		X	X	X	
	ofwel naaigerei op de kamer	3					X
3.1.71	schoenlepel op de kamer	1				X	X
3.1.72	ofwel schoenpoetsgerei op verzoek beschikbaar	1		X	X	X	
	ofwel schoenpoetsgerei op de kamer	3					X
3.1.73	schoenpoetsmachine in het hotel	5				X (8)	X
3.1.74	deurspionnetje in de kamerdeur	3					
3.1.75	extra slot op de kamerdeur	1					
3.2	<i>Sanitaire voorzieningen in de hotelkamers</i>						
3.2.A	<i>(1) De individuele bad- en toiletgelegenheid voldoet aan de voorwaarden, vermeld in punt B.9 van bijlage 2, die bij het besluit van 17 maart 2017 is gevoegd.</i> <i>(2) Maximaal 15% van het totale aantal hotelkamers mag daarvan afwijken. In voorkomend geval wordt de logerende toerist over de afwijking geïnformeerd voor hij de verblijfsovereenkomst sluit.</i> <i>(3) niet vereist als er een fysieke afscheiding is tussen het toilet en de douche</i>						
3.2.1	alle hotelkamers beschikken over een individuele bad- en toiletgelegenheid in rechtstreekse verbinding met het slaapgedeelte van de hotelkamer (1)	1	X (2)	X (2)	X	X	X
3.2.2	ofwel is iedere individuele bad- en toiletgelegenheid (samen) $\geq 5 \text{ m}^2$ groot (2)	10					
	ofwel is iedere individuele bad- en toiletgelegenheid (samen) $\geq 7,5 \text{ m}^2$ (2)	15					
3.2.3	alle hotelkamers beschikken over een individuele bad- en toiletgelegenheid in rechtstreekse verbinding met het slaapgedeelte van de hotelkamer (1) én minstens 50% van de hotelkamers beschikt over een bad en een aparte doucheceel	10					
3.2.4	30% van de hotelkamers beschikt over een toiletgelegenheid in een andere ruimte dan de badgelegenheid	5					
3.2.5	ofwel heeft de douche een douchegordijn of een vergelijkbare afscheiding	1	X	X	X	X	X
(3)	ofwel heeft de douche een douchescherm	5					
3.2.6	ofwel een wastafel met warm en koud water	1	X	X	X	X	X
	ofwel een dubbele wastafel met koud en warm water in alle tweepersoonskamers en suites	5					
3.2.7	wasbare vloermat	1			X	X	X
3.2.8	wastafelverlichting	1	X	X	X	X	X
3.2.9	permanente antisliplaag of verwijderbare antislipmatjes in douche en bad	1					
3.2.10	veiligheidsgrepen in douche en bad	3					
3.2.11	(wastafel)spiegel	1	X	X	X	X	X

3.2.12	vrij stopcontact nabij de (wastafel)spiegel	1	X	X	X	X	X
3.2.13	ofwel een make-up- of scheerspiegel	1					
	ofwel een verstelbare make-up- of scheerspiegel	3				X	X
3.2.14	verlichting bij make-up- of scheerspiegel	1					
3.2.15	handdoekhouders of handdoekhaken	1	X	X	X	X	X
3.2.16	verwarming in de badkamer (ook een handdoekradiator volstaat)	5					X
3.2.17	ofwel een wastafelblad of voorziening om toiletartikelen of een toilettas te plaatsen bij de wastafel	1	X	X	X		
	ofwel een groot wastafelblad of voorziening om toiletartikelen of een toilettas te plaatsen bij de wastafel (om twee ruime toilettassen te kunnen plaatsen)	3				X	X
3.2.18	beker, glas of tandenborstelhouder	1			X	X	X
3.2.19	zeep of wasgel bij de wastafel	1	X	X	X	X	X
3.2.20	wasgel of douchegel bij de douche of het bad	1		X	X	X	X
3.2.21	shampoo (of wasgel of douchegel die als shampoo te gebruiken is)	1		X	X	X	X
3.2.22	extra verzorgingsartikelen (bijvoorbeeld badolie, douchemuts, nagelvijl, wattenstaafjes, make-upwatjes, bodylotion) 1 punt per artikel / maximaal 3 punten	1-3				X (min. 4st.)	X (min. 4st.)
3.2.23	gezichtsdoekjes of -tissues	3			X	X	X
3.2.24	(reserve)toiletpapier	1	X	X	X	X	X
3.2.25	één andere handdoek dan een badhanddoek per logerende toerist	1		X	X	X	X
3.2.26	één badhanddoek per logerende toerist	1	X	X	X	X	X
3.2.27	ofwel een badjas op verzoek beschikbaar	3				X	
	ofwel een badjas in de kamer	5					X
3.2.28	ofwel slippers op verzoek beschikbaar	1				X	
	ofwel slippers in de kamer	3					X
3.2.29	ofwel een haardroger op verzoek beschikbaar	1					
	ofwel een haardroger in de badkamer	3			X	X	X
3.2.30	krukje in de badkamer op verzoek beschikbaar	3					X
3.2.31	weegschaal in de badkamer	1					
3.2.32	vuilnisbakje met deksel, toiletemmer of vergelijkbare voorziening	1	X	X	X	X	X
3.3	<i>Oppervlakte van de hotelkamers</i>						
3.3.A	<i>(1) Maximaal 15% van het totale aantal hotelkamers mag daarvan afwijken. In voorkomend geval wordt de logerende toerist over de afwijking geïnformeerd voor hij de verblijfsovereenkomst sluit.</i>						
3.3.1	ofwel hebben alle hotelkamers een vloeroppervlakte (inclusief badkamer) $\geq 14 \text{ m}^2$ (1)	10					
	ofwel hebben alle hotelkamers een vloeroppervlakte (inclusief badkamer) $\geq 18 \text{ m}^2$ (1)	15					
	ofwel hebben alle hotelkamers een vloeroppervlakte (inclusief badkamer) $\geq 22 \text{ m}^2$ (1)	20					
	ofwel hebben alle hotelkamers een vloeroppervlakte (inclusief badkamer) $\geq 30 \text{ m}^2$ (1)	25					
4	Gastronomie						

4.A	(1) of een een maxibar (norm 4.4) of een minibar in de kamer (norm 4.5) (2) of een drankenaanbod 16 uur per dag verkrijgbaar via roomservice (norm 4.3) of een maxibar (norm 4.4) (3) Het ontbijt bestaat minstens uit één warme drank (bijvoorbeeld koffie of thee), een vruchtensap, een selectie van fruit of fruitsalade en de keuze uit verschillende broodjes en broodsoorten met boter, jam, vleeswaren en kaas. (4) elk restaurant met een eigen concept, menu en locatie						
4.1	aanbod van dranken in het hotel	1	X	X	X	X	X
4.2	aanbod van dranken in de kamer	3			X	X	X
4.3	dranken 16 uur per dag verkrijgbaar via roomservice	10				X (1)	
	dranken permanent (de hele week, dag en nacht) verkrijgbaar via roomservice	15					X
4.4	maxibar	3					
4.5	ofwel een koelkast op de kamer	3					
	ofwel een minibar in de kamer (met dranken en snacks)	5				X (2)	X
4.6	waterkoker voor thee of koffie, met alle nodige toebehoren, op de kamer	3					
4.7	koffiemachine met alle nodige toebehoren op de kamer	5					
4.8	ofwel een bar of lounge ruimte met bediening die 5 dagen van de week geopend is. Een drankmenukaart is beschikbaar (gedrukt of digitaal)	7				X	
	ofwel een bar of lounge ruimte met bediening die alle dagen van de week geopend is. Een drankmenukaart is beschikbaar (gedrukt of digitaal)	10					X
4.9	ontbijtruimte met voldoende zitplaatsen en bijpassende tafels	1	X	X	X	X	X
4.10	ofwel een standaardontbijt (3)	1	X				
	ofwel een uitgebreider ontbijt (= standaardontbijt, minstens aangevuld met een ei of eiergerecht en ontbijtgranen)	5		X	X		
	ofwel een uitgebreider ontbijt met bediening	10				X	X
4.11	ontbijt met menukaart via roomservice	5					X
4.12	ofwel maaltijden 16 uur per dag verkrijgbaar via roomservice	10				X	
	ofwel maaltijden permanent (de hele week, dag en nacht) verkrijgbaar via roomservice	15					X
4.13	een restaurant in het hotel 5 punten per restaurant / maximaal 10 punten (4)	5-10					
4.14	een restaurant in het hotel dat vijf dagen per week geopend is 7 punten per restaurant / maximaal 14 punten (4)	7-14					
4.15	een restaurant in het hotel dat zes dagen per week geopend is 10 punten per restaurant / maximaal 20 punten (4)	10-20					X (min. 1)
4.16	allergeenvriendelijke producten (glutenvrij, lactosevrij enzovoort)	3					
4.17	regionale keuken (Op het restaurantmenu staan een aantal nationale of regionale specialiteiten. Het merendeel van de gebruikte producten is van de regio.)	5					
5	MICE						
5.A	(1) Een conferentiezaal moet minstens beschikken over geschikte verlichting (met kunstmatig licht minimaal 200 lux), draadloos internet, een projector, een projectorscherm (aangepast aan						

	de zaalhoogte en de zaalgrootte), een jassenrek of kluisjes en een voldoende aantal stopcontacten. (2) De punten zijn alleen te behalen als ook wordt voldaan aan norm 5.3.						
5.1	ofwel andere banketmogelijkheden dan het restaurant voor minstens vijftig personen	1					
	ofwel andere banketmogelijkheden dan het restaurant voor minstens 100 personen	3					
	ofwel andere banketmogelijkheden dan het restaurant voor minstens 250 personen	5					
5.2	speciaal aangewezen werkplekken of ruimtes voor groepen (coworkingspaces)	10					
5.3	een of meer conferentiezalen (1) van minimaal 100 m ² met een plafondhoogte van minimaal 2,75 m	10					
5.4	ondersteuningsafdeling voor de conferentiezalen (conferenceservice: aparte afdeling met eigen beschikbare medewerkers) (2)	5					
5.5	zakelijke afdeling (businesscentre: aparte afdeling met eigen beschikbare medewerkers)	5					
5.6	daglicht in de conferentiezalen en de mogelijkheid om de zaal te verduisteren (2)	1					
5.7	individueel regelbare airconditioning in de conferentiezalen (2)	3					
6	Ontspanning						
6.A	(1) De cabines hebben een afmeting van minimaal 10 m ² .						
6.1	eigen binnen- of buitenrecreatievoorzieningen (onderdeel van het hotelcomplex en te betalen via kamerrekening) (bijvoorbeeld privétuin, tennisbaan, strand, golfbaan enzovoort) 3 punten per voorziening / maximaal 9 punten	3-9					
6.2	verhuur van sportattributen (bijvoorbeeld fietsen of bootjes)	3					
6.3	fitnessruimte (minimaal 20 m ²) met minimaal vier verschillende toestellen (bijvoorbeeld ergometer, handhalters, gewichtstraining, loopapparaat, roeiapparaat of steptoeistel)	5					
6.4	massages (1) (bijvoorbeeld volledige massage, lymfedrainage, shiatsu, voetreflexologie) 3 punten per voorziening / maximaal 9 punten	3-9					
6.5	aparte relaxruimte (minimaal 20 m ²)	3					
6.6	bubbelbad, whirlpool of vergelijkbaar	3					
6.7	sauna (met minstens zes zitplaatsen) 3 punten per saunatype / maximaal 9 punten	3-9					
6.8	schoonheidssalon (1) met minstens vier verschillende behandelingen (bijvoorbeeld gezichtsreiniging, manicure, pedicure, peeling of ontspanningsmassage)	5					
6.9	spa (1) met minstens vier verschillende behandelingen (bijvoorbeeld ligbad, kneipptherapie, hydrotherapie, modderbad, hamam of stoombad)	10					
6.10	private spacabine	5					
6.11	buitenzwembad (verwarmd en minstens 60 m ² groot) of zwembad (kunstmatig aangelegd met stilstaand water)	10					
6.12	binnenzwembad (verwarmd en minstens 40 m ² groot)	10					

6.13	kinderopvang met daarvoor geschoold of opgeleid personeel (voor kinderen jonger dan drie jaar), minstens drie uur per dag op weekdays	10					
6.14	kinderopvang met daarvoor geschoold of opgeleid personeel (voor kinderen vanaf drie jaar), minstens drie uur per dag op weekdays	10					
6.15	kinderspeelruimte (speelkamer/speeltuin)	3					
6.16	babypullen op verzoek beschikbaar (kinderstoel, flesverwarmer, verschoonmatje, babyfoon)	3					
6.17	toilet voor de logerende toeristen in de gemeenschappelijke delen van het hotel	3					
6.18	bibliotheek	3					
6.19	animatieprogramma	5					
7	Kwaliteitsbeheer en onlinediensten						
7.1	gesystematiseerd klachtenbeheersysteem. Klachten worden structureel behandeld, geëvalueerd en beantwoord.	1			X	X	X
7.2	systematische analyse van reviews. Gastenbeoordelingen worden actief verzameld en geëvalueerd, zwakteanalyses worden gemaakt en verbeteringen worden, als dat nodig is, doorgevoerd.	3				X	X
7.3	kwaliteitscontroles door middel van een mysteryguest (via bewijs voor te leggen) of vergelijkbare controle door de hotelketen	5					X
7.4	kwaliteitsbeheersysteem op EHQ-niveau (European Hospitality Quality) of gelijkwaardig	15					
7.5	ofwel een eigen website met actuele informatie over het hotel, informatie over de ligging van het hotel en realistische en actuele foto's van het hotel. De foto's op de website tonen minstens de buitenkant van het hotel, de gemeenschappelijke ruimte in het hotel en een hotelkamer.	1	X	X			
	ofwel een eigen tweetalige website met actuele informatie over het hotel (waaronder minstens informatie over de beschikbare bedbreedtes), informatie over de ligging van het hotel en realistische en actuele foto's van het hotel. De foto's op de website tonen minstens de buitenkant van het hotel, de gemeenschappelijke ruimte in het hotel en een hotelkamer.	5			X	X	X
7.6	website met de mogelijkheid om direct te reserveren (boeken via e-mail volstaat niet)	5					
7.7	website met de mogelijkheid voor de logerende toeristen om het hotel te beoordelen	3					
7.8	website is geschikt voor mobiel gebruik (mobiele telefoons, tablets enzovoort)	5					
7.9	vertrekkende of uitgecheckte gasten worden actief uitgenodigd om een review of beoordeling te geven via een portal of op de hotelwebsite	5					
7.10	ecolabel (EU-ecolabel of Groene Sleutel)	20					
8	Uitstraling en algemene indruk van de exploitatie						

8.1	de inrichting en de uitstraling van het hotel zijn ten minste in overeenstemming met de status van een standaardhotel	-		X			
8.2	de inrichting en de uitstraling van het hotel zijn ten minste in overeenstemming met de status van een middenklassehotel	-			X		
8.3	de inrichting en de uitstraling van het hotel zijn ten minste in overeenstemming met de status van een eerste klassehotel	-				X	
8.4	de inrichting en de uitstraling van het hotel zijn ten minste in overeenstemming met de status van een luxehotel	-					X
TOT	Comfortclassificatie						
TOT.A	<i>Als het hotel voldoet aan de classificatienorm, aangegeven met een 'X', krijgt het de overeenkomende punten uit de kolom punten.</i>						
	Comfortclassificatie één ster: het hotel voldoet aan de voorwaarden, vermeld in bijlage 1 en 2, die bij het besluit van 17 maart 2017 zijn gevoegd. Comfortclassificatie één ster superior: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een 'X' in kolom H1S, en behaalt daarnaast minstens 180 punten uit de keuzenormen in de kolom punten. Comfortclassificatie twee sterren: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een "X" in kolom H2, en behaalt daarnaast minstens 180 punten uit de keuzenormen in de kolom punten. Comfortclassificatie twee sterren superior: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een 'X' in kolom H2, en behaalt daarnaast minstens 270 punten uit de keuzenormen in de kolom punten. Comfortclassificatie drie sterren: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een 'X' in kolom H3, en behaalt daarnaast minstens 270 punten uit de keuzenormen in de kolom punten. Comfortclassificatie drie sterren superior: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een 'X' in kolom H3, en behaalt daarnaast minstens 410 punten uit de keuzenormen in de kolom punten. Comfortclassificatie vier sterren: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een 'X' in kolom H4, en behaalt daarnaast minstens 410 punten uit de keuzenormen in de kolom punten. Comfortclassificatie vier sterren superior: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een 'X' in kolom H4, voldoet aan de classificatienormen 4.14 en 7.3, en behaalt daarnaast minstens 610 punten uit de keuzenormen in de kolom punten. Comfortclassificatie vijf sterren: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een 'X' in kolom H5, en behaalt daarnaast minstens 610 punten uit de keuzenormen in de kolom punten. Comfortclassificatie vijf sterren superior: het hotel voldoet aan de classificatienormen, aangegeven met een 'X' in kolom H5, en behaalt daarnaast minstens 710 punten uit de keuzenormen in de kolom punten.						



Figuur 142: Foto Toilettes hotel La Réserve